



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



FACTORES ASOCIADOS AL EMPRENDIMIENTO

EMPRESARIAL: CASO COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

COOPAIN – CABANA, 2023

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. NELLY CARMEN RUELAS ESCOBEDO

Bach. YESENIA CARIN QUISPE CORNEJO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

PUNO - PERÚ

2024



Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

FACTORES ASOCIADOS AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL: CASO COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL COOPAIN – CABANA, 2023

AUTOR

NELLY CARMEN RUELAS ESCOBEDO / Y ESEÑA CARIN QUISPE CORNEJO

RECuento DE PALABRAS

25827 Words

RECuento DE CARACTERES

141045 Characters

RECuento DE PÁGINAS

134 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.4MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 26, 2024 6:33 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 26, 2024 6:36 PM GMT-5

● 19% de similitud general

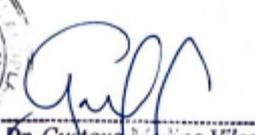
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)


Dr. Juan Inguillo M.
ASESOR



Dr. Gustavo Medina Vilca
INVESTIGADOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNA - PUNO



DEDICATORIAS

Con eterna e inmensa gratitud a mis padres Gabino Ruelas Ccalla y Nely Gloria Escobedo Aliaga, quienes en todo momento me guiaron por el camino de la superación y agradecimiento por su apoyo económico y moral que han hecho posible con la culminación de mi carrera profesional. Y también Con mucho cariño a mi hermano Dennis, quien, con su ejemplo y motivación ha sido mi guía incondicional en nunca rendirme y poder hacer realidad mi objetivo.

Nelly



A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más,

A mi hermana Luz Belinda, que desde el cielo me ilumina para seguir adelante con mis proyectos.

A mis padres, Rene Quispe Chayña y Ceferina Cornejo Arizaca por todo el sacrificio y el apoyo incondicional que me han brindado durante todos estos años. Sin ellos, no habría podido llegar hasta aquí. Gracias por ser mis guías.

Yesenia



AGRADECIMIENTOS

El principal agradecimiento a Dios quien nos guio y nos ha dado la fortaleza para seguir adelante.

A nuestro centro de estudios, la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, a la Facultad de Ciencias Sociales y la Escuela Profesional de Sociología por ser el centro de formación académica. A los docentes que contribuyeron con nuestra formación profesional.

Un agradecimiento especial a nuestro Director y Asesor Dr. Juan Inquilla Mamani, que gracias a su apoyo y orientación se realizó el presente trabajo de investigación.

.

Nelly, Yesenia.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIAS	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS	
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.2.1. Problema general	18
1.2.2. Problemas específicos.....	18
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.3.1. Hipótesis general.....	19
1.3.2. Hipótesis Especificas	19
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20



1.5.1. Objetivo general.....	20
1.5.2. Objetivos específicos	21

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES	22
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	22
2.1.2. Antecedentes nacionales	26
2.1.3. Antecedentes locales	29
2.2. MARCO TEÓRICO	31
2.2.1. Enfoques teóricos: perspectiva sociológica	31
2.2.2. Emprendimiento empresarial	33

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 ZONA DE ESTUDIO.....	58
3.2 TIPO DE ESTUDIO	59
3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	59
3.4 POBLACION Y MUESTRA.....	60
3.4.1. Población	60
3.4.2. Muestra	60
3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	61
3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	63



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS.....	64
4.1.1. Características sociodemográficas de los socios	64
4.1.2. Factores internos asociados al emprendimiento empresarial.....	67
4.1.2 Factores externos a la organización COOPAIN Cabana	92
4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS	103
4.2.1. Contratación de hipótesis específica 1	104
4.2.2. Contratación de hipótesis específica 2	106
4.3. DISCUSIÓN	107
V. CONCLUSIONES.....	111
VI. RECOMENDACIONES	112
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	113
ANEXOS.....	123

Área : Gestión Organizacional

Tema : Factores asociados al emprendimiento empresarial

Fecha de sustentación: 02 de agosto del 2024



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Participación regional de la quinua al 2020	43
Figura 2. Mapa del distrito de Cabana.....	58



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Contenido de macro-nutrientes en la quinua y otros alimentos por 100 gramos de peso seco	40
Tabla 2. Producción regional de la Quinua (t), 2015-2020.....	42
Tabla 3. Principales cooperativas de productores por provincia y superficie cosechada	44
Tabla 4. Producción, superficie y rendimiento de la quinua, 2015-2020	46
Tabla 5. Estadísticas de exportación de la quinua, 2000-2014.....	47
Tabla 6. Principales países destino de la quinua, 2016- 2019 (US\$ FOB).....	48
Tabla 7. Baremo de factores internos	62
Tabla 8. Baremo de factores externos.....	62
Tabla 9. Edad de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana según sexo	65
Tabla 10. Estado civil de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana según sexo.....	66
Tabla 11. Nivel educativo de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana según sexo	67
Tabla 12. Estimación del factor interno de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana	69
Tabla 13. Nivel de iniciativa de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.....	73
Tabla 14. Iniciativa en los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana	73



Tabla 15.	Nivel de fortaleza ante las dificultades de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.....	74
Tabla 16.	Fortaleza ante las dificultades de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana	76
Tabla 17.	Nivel de capacidad de asumir riesgos de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.....	77
Tabla 18.	Capacidad de asumir riesgos de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana	78
Tabla 19.	Nivel de capacidad de toma de decisiones de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.....	79
Tabla 20.	Dimensión capacidad de toma de decisiones iniciativa de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana	81
Tabla 21.	Nivel de flexibilidad de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.....	81
Tabla 22.	Flexibilidad de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana	83
Tabla 23.	Nivel de capacidad de aprendizaje de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.....	84
Tabla 24.	Capacidad de aprendizaje en los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana	85
Tabla 25.	Nivel de organización y planificación de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.....	87
Tabla 26.	Organización y planificación en los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana	89



Tabla 27. Nivel de confianza en uno mismo de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana	90
Tabla 28. Confianza en uno mismo de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.....	91
Tabla 29. Estimación del factor externo de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.....	93
Tabla 30. Oportunidades de la demanda de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.....	94
Tabla 31. Créditos privados y apoyo gubernamental de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.....	97
Tabla 32. Equipamiento empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.....	99
Tabla 33. Red empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana	100
Tabla 34. Correlación de los factores internos con el emprendimiento empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana	105
Tabla 35. Correlación de los factores externos con el emprendimiento empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana	107



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

INIA : Instituto Nacional de Innovación Agraria

BCRP : Banco Central de Reserva del Perú

MIDAGRI : Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo determinar los factores asociados al emprendimiento empresarial: Caso Cooperativa Agroindustrial COOPAIN – Cabana. El enfoque fue cuantitativo, con un diseño no experimental, de alcance relacional, de corte transversal. Se aplicó dos instrumentos de recolección de datos, el primero fue un cuestionario para medir el factor interno constituido por 43 ítems con alta fiabilidad ($\alpha=0,948$), el segundo instrumento fue para medir el grado de favorecimiento de los factores externos constituido por 20 ítems con alta fiabilidad ($\alpha=0,912$). Los resultados mostraron que existe alta iniciativa (50,0%); fortaleza ante las dificultades (59,5%); disponibilidad de asumir riesgos (49,1%); capacidad de toma de decisiones (62,1%); alta flexibilidad (55,5%); capacidad de aprendizaje (69,1%); organización y planificación (59,2%), confianza en uno mismo (65,5%). Los factores que favorecen el desarrollo de la cooperativa fueron las oportunidades de la demanda, los créditos privados y apoyo gubernamental, el equipamiento técnico – productivo y la red empresarial. Se concluye que existe correlación positiva baja entre los factores y el emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN – Cabana.

Palabras clave: Cooperativa agroindustrial COOPAIN, Emprendimiento empresarial, Factores, Socios.



ABSTRACT

The objective of the study was to determine the factors associated with business entrepreneurship: COOPAIN - Cabana Agroindustrial Cooperative Case. The approach was quantitative, with a non-experimental, cross-sectional, relational design. Two data collection instruments were applied, the first was a questionnaire to measure the internal factor constituted by 43 items with high reliability ($\alpha=0.948$), the second instrument was to measure the degree of favorability of external factors constituted by 20 items with high reliability ($\alpha=0.912$). The results showed that there is high initiative (50.0%); strength in the face of difficulties (59.5%); willingness to take risks (49.1%); decision-making capacity (62.1%); high flexibility (55.5%); learning capacity (69.1%); organization and planning (59.2%), self-confidence (65.5%). The factors favoring the development of the cooperative were the opportunities for demand, private credit and government support, technical-productive equipment and the business network. It is concluded that there is a low positive correlation between the factors and business entrepreneurship in the COOPAIN - Cabana Agroindustrial Cooperative.

Key words: COOPAIN agroindustrial Cooperative; Entrepreneurship; Factors; Members.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La mayor producción de quinua en el país se encuentra en la región sur, en áreas de clima seco de puna. El centro de producción más importante a nivel nacional se localiza en la región de Puno, donde se concentra más del 60% de la producción total. En esta región, la producción está distribuida de manera significativa en las provincias de Azángaro, San Román, Puno, El Collao y Huancané, las cuales en conjunto representan cerca del 50% de la producción nacional (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018).

Los precios de venta al exterior de este cultivo andino experimentaron un aumento positivo debido a los altos niveles de nutrientes que se encontraron. Por lo tanto, los precios FOB muestran tres etapas: de 2001 a 2007 se mantuvieron relativamente estables, de 2008 a 2012 mostraron un crecimiento lento, y hubo un marcado aumento en 2013 y 2014 debido al Año Internacional de la Quinua y a la mayor promoción de este grano. Paralelamente, se incrementa la exportación tanto de quinua convencional como orgánica, siendo los años en 2013 y 2014 en quinua convencional y en 2014 en quinua orgánica (IICA/Inia, 2015).

Los valores unitarios de la quinua en los últimos cinco años en promedios anuales fluctúan entre 3.59 US\$/kg (año 2015), siendo este el más alto registrado hasta el momento, y 2.76 US\$/kg (año 2019). El precio de la quinua convencional oscila entre US\$2.00 y US\$2.80 por kilogramo, dependiendo de si es orgánica o convencional. Hasta



octubre de 2020, los precios de referencia FOB en dólares estadounidenses varían según el destino (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2021).

Es en este contexto que un grupo de agricultores Cabaneños dedicados al cultivo de quinua deciden formar la Asociación Central de Productores Multisectorial Cabana – ASCENPROMUL – CABANA. Desde 2012, la empresa ha adoptado el nombre de Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana. Está compuesta por más de 500 socios pertenecientes a 17 organizaciones de base ubicadas en diferentes áreas del distrito de Cabana. Estos socios cultivan aproximadamente 1.7 hectáreas de quinua, con rendimientos que oscilan entre 2.5 y 4.3 toneladas por año. Del total de su producción, el 72% se destina a la venta a la Cooperativa, el 25% para consumo propio y el 3% como semilla. Desde 2012, el 60% de la quinua de COOPAIN se destina a la exportación directa, el 30% a empresas en Lima, y el 10% a la región de Cusco, así como a varios restaurantes. La cooperativa posee certificaciones BPM, HACCP, comercializa quinua orgánica (blanca, negra y roja y cañihua) con certificación BSC OKO Garantie a los Estados Unidos, Francia, Alemania y Holanda, y también ha incursionado en el Comercio justo con certificación *Fair Trade Flo* (IICA/Inia, 2015).

En los últimos cinco años, la cooperativa ha estado enfocándose en la producción, recolección, procesamiento y venta de quinua perlada, siguiendo estrictos estándares orgánicos (utilizando Biol y abono verde). Esto ha resultado en mejoras en la producción de quinua y en la obtención de la certificación orgánica BCS OKO Garantie, así como en la obtención de precios más justos en su comercialización. Además, la cooperativa ha instalado una planta procesadora de quinua perlada con una capacidad de 1.200 toneladas, aunque su capacidad operativa real es de 80 a 100 toneladas al mes. Todo esto se ha llevado a cabo en respuesta a la creciente demanda de quinua en países emergentes, donde



la preocupación por una vida saludable y el aumento del poder adquisitivo están en constante aumento.

Según el informe del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021) se observa un aumento significativo en el interés de países de Europa del Este, Asia y del mundo árabe. China lidera el crecimiento en el volumen de importaciones, con un aumento promedio del 198% anual en los últimos 5 años, seguido por Ucrania con el 138%, Letonia con el 116%, Grecia y Eslovenia con el 113% y el 99%, respectivamente. Sin embargo, para Perú, es relevante destacar el interés en China debido a los protocolos sanitarios y la apertura comercial que Bolivia ya ha iniciado para su quinua, así como el interés en los países de Europa del Este, debido a los buenos precios y la creciente demanda de productos funcionales.

Por todo lo anteriormente expuesto, la presente investigación determina que los factores internos y externos influyen y favorecen el emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana, para lo cual nos planteamos las siguientes interrogantes:

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Qué factores están asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué factores internos se asocian al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana?



- ¿Qué factores externos se asocian al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

Los factores de orden interno y externo se asocian al emprendimiento en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN - Cabana.

1.3.2. Hipótesis Especificas

- Los factores internos como el nivel de educación, la experiencia laboral y las habilidades empresariales de los miembros de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana están asociados al emprendimiento empresarial en la organización, debido a que, un mayor nivel de educación y experiencia laboral proporciona a los emprendedores las habilidades y conocimientos necesarios para identificar oportunidades de negocio, tomar decisiones estratégicas y gestionar eficientemente su empresa.
- Los factores externos como el acceso a financiamiento, el apoyo gubernamental y las oportunidades de mercado están asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana, debido a que, tanto el acceso al financiamiento, apoyo gubernamental y las oportunidades de mercado influyen en el éxito de la organización COOPAIN.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La generación de nuevas empresas se ha convertido en un reto permanente para las diferentes instancias gubernamentales, por cuanto existe una necesidad de generar



fuentes de empleo y riqueza de forma permanente, que coadyuven al mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las comunidades, en el entendido de que el emprendimiento es un motor de desarrollo (Marulanda & Morales, 2016).

El presente trabajo de investigación se sustenta en diferentes aspectos, el primero es aquel relacionado con la importancia del estudio desde el marco contextual, el cual obtener información para impulsar, dinamizar y fortalecer los emprendimientos empresariales de la región y el país, donde sea visible su protagonismo y participación organizativa que contribuya al desarrollo sostenible de sus localidades.

Asimismo, la investigación contribuye con la literatura de la línea de investigación y el cuerpo teórico sustentada en fuentes bibliográfica que permiten la orientación del estudio y otras investigaciones futuras, en temas de emprendimiento empresarial y factores que influyen en el éxito de estas empresas; entre las interacciones sociales dentro de la organización, sus motivaciones de los emprendedores, y el entorno cambiante que posibilita la buena gestión empresarial.

El estudio busca contribuir al análisis y la reflexión en torno a la participación de los actores en la gestión empresarial, para luego implementar acciones y medidas que contribuyan a garantizar los mecanismos de participación organizativa del poblador rural del distrito de Cabana, y sirva como modelo de organización para el logro del éxito y la sostenibilidad de las empresas.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Determinar los factores asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN - Cabana



1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar los factores internos asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.
- Determinar los factores externos asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes internacionales

Arango (2022) en su investigación titulado “Factores determinantes de la consolidación empresarial: un enfoque integrador desde el emprendedor, la empresa y el entorno”. Se identificaron los factores que influyen en el éxito de los emprendedores, las empresas y su entorno utilizando técnicas de reducción de factores, un modelo estructural y la bondad de ajuste. Se encuestó a 212 empresarios de diferentes países de América Latina y los resultados indican que el éxito empresarial está determinado por la perseverancia, el liderazgo, la identidad y las decisiones del emprendedor, la estrategia, la innovación, el personal, el mercado y la rentabilidad de la empresa, y la financiación, la competencia, las redes, el crecimiento y los contactos en el entorno.

Khursheed et al. (2021) en su investigación titulada “Un análisis empírico de los factores que influyen en el emprendimiento social: Un enfoque de género”. Estudió cómo los elementos del entorno empresarial (como financiamiento, educación, infraestructura, cultura y transferencia de I+D) influyen en las actividades empresariales sociales (AES) de hombres y mujeres. Utilizó datos de panel de 35 países y aplicó el Método General de Momentos (GMM) con pruebas de Arellano Bond durante un período de diez años (2005-2014). Los resultados mostraron que las mujeres tienen una mayor probabilidad de participar en la creación de empresas sociales. Además, los seis factores empresariales



seleccionados afectan de manera significativamente diferente las actividades empresariales sociales de ambos géneros.

Diez-Farhat et al. (2021) en su investigación titulada “Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento”. Se identificaron los factores que afectan el emprendimiento a través de un análisis estructural en los egresados de carreras empresariales en la ciudad de Quito. Se utilizó un cuestionario para encuestar a graduados de diferentes universidades. Los resultados muestran que los factores que influyen en la creación de un negocio son la transferencia de investigación y desarrollo, la educación y capacitación en emprendimiento, y las normas culturales y sociales. Se concluye que la educación y capacitación en emprendimiento, así como la transferencia de investigación y desarrollo, no tienen un impacto directo y significativo en la capacidad de iniciar un nuevo negocio.

Villalva et al. (2021) en su estudio denominado “Creatividad y emprendimiento empresarial de los estudiantes de la carrera de Administración de la ESPOCH” en Ecuador. Aplicaron una encuesta a 67 estudiantes de administración de empresas de la Facultad de Administración de la Escuela Superior Politécnica. Los resultados muestran que la creatividad está ligada al emprendimiento como parte integral que impulsa la planificación y la buena marcha de las empresas.

García-Macias et al. (2017) en su investigación titulado “Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México”. Analizaron los factores del entorno que condicionan la apertura empresarial y caracterizaron el entorno para el emprendimiento en regiones similares. Estudiaron a 32 entidades mediante la regresión múltiple y el análisis por conglomerados. Los resultados muestran



que las condiciones del entorno como el acceso al financiamiento, los servicios de apoyo y capacitación empresarial, y el marco regulatorio, estos dos últimos impactan de forma significativa en la apertura de empresas, y se identificó a 4 regiones con características específicas en su entorno para el emprendimiento. Concluye que para fomentar el emprendimiento es necesario que dentro de los territorios se favorezca el acceso a financiamientos para emprendedores y facilitar los procesos jurídicos para la apertura de negocios.

Messina y Hochsztain (2015) en su investigación titulada “Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnicas de *data mining*” en Uruguay. Los autores del estudio identificaron los factores clave que influyen en el éxito de un emprendimiento y cómo se relacionan entre sí para prever el futuro del emprendimiento. Para ello, llevaron a cabo una encuesta a emprendedores que participaron en el programa, utilizando técnicas de clasificación como *data mining* con árbol de decisión y regresión logística. Los resultados indican que el financiamiento es uno de los factores más importantes para prever el éxito de un emprendimiento, y sugieren la necesidad de generar incentivos para los emprendedores y definir herramientas o actividades que impacten positivamente en el éxito de los emprendimientos. En resumen, se destaca la importancia de tomar decisiones sobre cómo brindar apoyo a los emprendedores.

Marulanda y Morales (2016) en su estudio titulado “Entorno y motivaciones para emprender” en Antioquia-Colombia. Aplicaron una encuesta a un grupo de emprendedores de Medellín sobre facilitadores y obstáculos para el emprendimiento en un entorno en el que se han fomentado diversos mecanismos para su implementación. Los resultados muestran que la independencia, ser el



dueño de su propio negocio, es la principal motivación, que la ciudad ofrece un ambiente favorable para iniciar una empresa propia y que el mayor obstáculo que perciben los emprendedores es la dificultad para acceder al crédito bancario.

Elizundia (2015) en su estudio denominado “Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género” en la ciudad de México. Aplicó un cuestionario de 192 a los dueños de negocios del sector comercio y servicios, se identificó la experiencia profesional, nivel educativo, antecedentes familiares de emprendimiento, edad, género, capital inicial con el que se formó la empresa, nivel de planeación, tipo de participación inicial, si obtuvieron algún tipo de asesoría profesional y la estrategia inicial elegida, que contasen con dos a quince empleados. Los resultados muestran el desempeño de los nuevos negocios entre los dos grupos (sector comercio y servicios), pero sí en el monto de capital al iniciar el negocio y los niveles de ingresos reportados.

Guerrero et al. (2014) en su investigación denominada “Mujeres emprendedoras: similitudes y diferencias entre las ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila” en México. Determinaron los factores que influyen en el emprendimiento femenino, contrastando el perfil de 66 mujeres emprendedoras de las ciudades de Torreón y Saltillo. Aplicaron una encuesta a 66 mujeres emprendedoras en las ciudades de Torreón y Saltillo en Coahuila. Los resultados muestran que las características de las emprendedoras en ambas ciudades reflejan una combinación predominante de motivos como la necesidad y la oportunidad para iniciar un negocio, con una mayor concentración en los sectores de comercio y servicios. Además, más del 75% de las mujeres encuestadas tienen personas a su cargo económicamente. No obstante, en Saltillo, la edad promedio y el



porcentaje de mujeres con estudios universitarios (40 años y 48%, respectivamente) son menores que en Torreón (47 años y 68%).

Londoño (2014) en su tesis titulada “Mujeres empresarias generadoras de innovación en Colombia: 3 historias de vida” en Colombia. Estudió la vida de tres mujeres empresarias colombianas, quienes han introducido innovaciones en sus empresas y han sido oficialmente reconocidas por ello. Analicé sus historias de vida utilizando la teoría de Pierre Bourdieu, que se enfoca en los "capitales" que poseen. Utilicé el método biográfico para recopilar los relatos de vida de estas mujeres, y a partir de ellos identifiqué patrones, conceptos, conocimientos y estructuras comunes en el ámbito empresarial y en los capitales, que permiten a las mujeres empresarias generar innovaciones.

Salinas & Osorio (2012) en su estudio denominado “Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación” en Colombia. Se sostiene que la crisis económica, financiera y de identidad ha tenido graves consecuencias en los jóvenes, las mujeres y la población en riesgo de exclusión social, y se ha encontrado que las empresas de economía social, en general, y las cooperativas, en particular, son los agentes de cambio. También se ha descubierto que el emprendimiento solidario es una forma de generar empleo y de lograr un modelo de desarrollo socioeconómico alternativo que mejora el bienestar social, especialmente de aquellos que están excluidos del mercado laboral.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Alegria (2019) en su tesis denomina “Factores del Emprendimiento Empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos



Aires - Trujillo 2019”. Estableció los factores que determinan el emprendimiento en mujeres entre las edades de 25 a 40 años en la localidad de Buenos Aires, año 2019, aplicó un cuestionario a 150 mujeres. Los resultados muestran que las mujeres emprenden con el afán de superarse y aprender llevando a cabo su idea de negocio, y el riesgo que asumen para la inversión en su negocio.

León-Mendoza (2018) la investigación denominada “Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos” identifico las variables sociodemográficas pertenecientes al individuo que determinan la creación de negocios propios en los 24 departamentos del Perú. Uso la información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAHO) del año 2015, aplicó el modelo probit. Los resultados indican que las principales características sociodemográficas que determinan la probabilidad de establecer algún negocio son: la edad de la persona, la situación laboral, la experiencia laboral, la educación superior alcanzada, el tamaño del hogar, la condición de ser jefe de hogar, y la cantidad de miembros del hogar que generan ingresos personales.

Álvarez y Cáceres (2017) en el estudio denominado “Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (Capítulo Arequipa). Identificaron los motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias, para ello aplico una encuesta. Los resultados muestran que predomina la motivación intrínseca, como aquellos que apoyan a formar su empresa; en segundo lugar, son los motivos trascendentes y por último los motivos extrínsecos fueron los que menos pesaron al momento de crear su negocio.



Aliaga et al. (2015) en su investigación titulada “Estudio de análisis de la iniciativa empresarial de las mujeres del distrito de Mollendo - provincia de Islay – Arequipa”. Aplicaron una encuesta a mujeres propietarias de negocios formales con licencia. Los resultados muestran que el perfil de la mujer emprendedora se caracteriza porque la mayoría de las emprendedoras es ser madre soltera. El grueso del emprendimiento se encuentra entre 31 a 40 años, cuyo negocio es su principal fuente de ingresos.

Mendoza y Leasaski (2010) en su estudio denominado “Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú”. Los autores, identificaron los factores que influyen en la decisión de las mujeres peruanas adultas y jefas de hogar de emprender un negocio propio. Utilizando datos de la encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) y la técnica econométrica del modelo logit y el odds ratios, descubrieron que la probabilidad de que las mujeres emprendan negocios está relacionada positivamente con la edad, el capital social personal y el tamaño de la familia, mientras que está relacionada negativamente con el nivel de educación alcanzado y el ingreso per cápita del hogar.

Fuentes y Sánchez (2010) en su estudio denominado “Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género”. Para ello aplicó una encuesta a estudiantes universitarios, para identificar las fuentes de potenciales emprendedores. Los hallazgos muestran que las mujeres tienen menos disposición para emprender y consideran el miedo al fracaso como un obstáculo significativo para iniciar un negocio propio. Además, se observan diferencias en los atributos asociados por género a la posibilidad de emprender en el futuro.



Solórzano et al. (2014) en su estudio denominado “Emprendimiento Rural Femenino en el Perú”, identificaron las características del emprendimiento femenino en el ámbito rural del Perú, con un método cualitativo. Los resultados indican que las mujeres emprendedoras rurales tienen características demográficas, educativas y laborales variadas, lo que dificulta establecer una única categorización. Además, muestran una diversidad de antecedentes familiares. Se evidencia que las mujeres emprendedoras rurales tienen diferentes niveles educativos, lo que dificulta categorizarlas de manera uniforme. Sin embargo, un mayor nivel educativo podría influir en su capacidad para aprovechar oportunidades y superar obstáculos en sus emprendimientos. Por otro lado, la educación previa al emprendimiento y la educación de sus padres y esposo o pareja no parecen ser determinantes en la creación de sus emprendimientos.

2.1.3. Antecedentes locales

Tumi & Flores (2015) en su investigación denominada “Mujeres empresarias de éxito en Puno, Perú”, Se analizaron los factores que afectan el éxito de las mujeres empresarias en Puno al promover negocios de bienes y servicios. Los resultados indican que los factores económicos que influyen en el éxito de los emprendimientos de mujeres se basan en el conocimiento del mercado, acceso a tecnología y crédito, aumento de la producción y productividad, cultura de calidad y diversificación de los productos. Los factores sociales que contribuyeron al éxito incluyeron el nivel de conocimientos en gestión empresarial, adquiridos a través de la educación formal, no formal e informal.

González et al. (2015) investigaron “La mujer empresaria en la región Puno”, identificaron el perfil de la mujer empresaria. Se realizaron entrevistas a



14 mujeres empresarias de esta región, que se dedican a diferentes tipos de negocios como ferreterías, distribución de alimentos y artesanías. Los datos recopilados fueron analizados utilizando el software Atlas Ti y se combinaron con el análisis de fuentes secundarias como estadísticas poblacionales y sociales proporcionadas por el INEI, así como datos económicos de la región obtenidos del BCRP. Al describir a las 14 mujeres entrevistadas, se descubrió que todas son madres y que 13 de ellas son propietarias de sus viviendas. En cuanto a la operación de sus negocios, dos de ellas no tienen empleados, mientras que otras dos tienen ocho empleados, lo que demuestra su capacidad para generar empleo. La mayoría de estos negocios tienen más de 15 años de antigüedad.

Charrez (2019) en su tesis denominado “Factores socioculturales que influyen en la participación de la mujer rural en la cooperativa agroindustrial Coopain Cabana del distrito de Cabana -2018”, identificaron los factores socioculturales que influyen en la participación de la mujer rural en la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana. Para la recolección de datos aplicaron un cuestionario a 193 mujeres rurales. Los resultados indican que los factores socioculturales influyen en la participación de las mujeres rurales, que sus capacidades son desvalorizadas, el nivel de educación que alcanzan es en mayor proporción primaria incompleta, su participación es pasiva en la toma de decisiones y solo intervienen en actividades sociales programadas. Finalmente, manifiestan poseer patrones culturales referidos al no descuido de sus labores domésticas.



2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Enfoques teóricos: perspectiva sociológica

Existen enfoques sociológicos que también pueden ser aplicados al estudio del emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana. A continuación, se presentan las más importantes:

Teoría del capital social

Esta teoría se centra en el papel de las relaciones sociales y las redes de confianza en el emprendimiento empresarial. Según esta perspectiva, los emprendedores que tienen acceso a un mayor capital social, es decir, conexiones y relaciones sólidas con otros actores clave, tienen más probabilidades de obtener recursos, información y apoyo necesarios para el éxito empresarial (Bourdieu, 1986).

Teoría de la estructura social

Esta teoría se enfoca en cómo la estructura social influye en las oportunidades y restricciones para el emprendimiento empresarial. Por ejemplo, factores como el género, la clase social y la pertenencia a determinados grupos pueden influir en el acceso a recursos, el apoyo institucional y las oportunidades de negocio. (Weber, 2002)

Teoría de la movilidad social

Esta teoría se centra en cómo el emprendimiento empresarial puede ser una estrategia para la movilidad social y el cambio de posición social. Según esta perspectiva, el emprendimiento puede ofrecer oportunidades para mejorar la



situación económica y social de los emprendedores y sus comunidades (Davis & Moore, 1944)

Otras referencias teorías para explicar el emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana, se puede considerar los siguientes:

Teoría del comportamiento del emprendedor

Esta teoría se enfoca en el estudio de las características personales del emprendedor que influyen en su comportamiento empresarial. Según esta perspectiva, las personas que tienen ciertas características como la necesidad de logro, la tolerancia al riesgo y la creatividad, son más propensas a emprender. (McClelland, 1961)

Teoría de la creación de empresas

Esta teoría se centra en el proceso de creación de empresas y en los factores que influyen en su éxito o fracaso. Según esta perspectiva, los emprendedores deben identificar oportunidades de negocio y desarrollar planes de acción para aprovecharlas. Además, se deben considerar factores como la disponibilidad de recursos financieros y humanos, la competencia y el entorno legal y regulatorio. (Shane & Venkataraman, 2012)

Teoría de las redes sociales

Esta teoría se enfoca en el papel de las redes sociales en el emprendimiento empresarial. Según esta perspectiva, los emprendedores pueden obtener recursos y apoyo de sus contactos y relaciones sociales. Además, las redes sociales pueden



proporcionar información sobre oportunidades de negocio y ayudar a los emprendedores a establecer relaciones con proveedores, clientes y otros actores clave (Granovetter, 2018).

2.2.2. Emprendimiento empresarial

El emprendimiento empresarial es aquel proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, psicológicos y sociales, y obteniendo las recompensas resultantes de satisfacción e independencia económica y personal (Peralta, 2018).

El emprendimiento empresarial ha sido considerado como un aspecto clave para el desarrollo, es así que Duarte & Ruiz (2009) mencionan al respecto:

El emprendimiento es significativo para el desarrollo local, el cual es planteado como el beneficio que la sociedad recibe al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas con prontitud de las respuestas a las demandas de la comunidad, lo que reconoce al emprendedor como figura auténtica en el progreso permanente. (p. 328)

En este concepto se resalta la figura del emprendedor, según Lupiáñez et al., (2014) es aquel agente capaz de dar una respuesta creativa e innovadora a la existencia de las demandas insatisfechas y serían pues los empresarios emprendedores, capaces de encontrar y manejar la información adecuada, los que desarrollan bienes y servicios para satisfacer estas necesidades.

El término emprendedor fue utilizado por primera vez por Richard Cantillon, en su *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general* (1755)



(Amaru, 2008; Duarte & Ruiz, 2009; Lupiáñez, Priede, & López-Cózar, 2014; Rodríguez, 2013). Cantillon fue el primero en tratar el papel crucial del emprendedor en la economía. Este autor identificó al emprendedor como “alguien que alguien que asume riesgos al comprar servicios o componentes a un precio determinado con la intención de revenderlos más tarde a un precio indeterminado” (Amaru, 2008, p. 3).

El termino emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado, conceptualizando como aquella persona con “innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas” (Rodríguez-Ramírez, 2009, p. 97).

Las pequeñas y medianas empresas, dirigidas por los emprendedores hacen posible la dinamización de la economía local. Así lo resaltan Delfín & Acosta (2016):

Las Pymes son un pilar fundamental del desarrollo económico sustentable, porque son generadoras de riqueza, además, de ser entes dinámicos que identifican, explotan y desarrollan nuevas actividades productivas. Son organizaciones que se adaptan a las nuevas tecnologías con relativa facilidad, pues su planeación y organización no requiere de mucho capital. (p. 186)

Actualmente existe unanimidad en la importancia de la creación de nuevas empresas por su implicación en el desarrollo de las economías, la generación de nuevos puestos de trabajo y su papel de motor de innovación, bienestar y creación



de riqueza (Zamora, 2018). Estas empresas son motivadas por la fuerza local que impulsadas la económica territorial (Olozagaste et al., 2017).

En efecto, Marulanda & Morales (2016) afirman:

La generación de nuevas empresas se ha convertido en un reto permanente para las diferentes instancias gubernamentales, por cuanto existe una necesidad de generar fuentes de empleo y riqueza de forma permanente, que coadyuven al mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las comunidades, en el entendido de que el emprendimiento es un motor de desarrollo. (p. 14)

Un factor importante para crear nuevas empresas es la motivación, pues esta es la fuerza que impulsa a los emprendedores a vencer las dificultades. En su estudio Aliaga et al. (2015) despierta gran interés sobre las iniciativas empresariales, las que debe extenderse a las instituciones que promueven y dirigen los programas de apoyo a la creación de nuevas empresas.

El emprendedor tiene la bondad de la “creación y consolidación de una empresa es similar a una proyección sobre la amplia pantalla o espejo del mercado. Prueba la capacidad de relación y de escucha, obligando al emprendedor a poner en práctica su capacidad de convencimiento para implementar su proyecto, a vender su idea, a utilizar una denominación con significantes” (Rodríguez, 2013, p.113). Para ello se aplica una “estrategia de fomento al emprendimiento empresarial (García-García, 2015, p. 1223)

Sin embargo, existen obstáculos para ser emprendedor, vinculado al género, como Fuentes & Sánchez (2010) afirma: “hay numerosos trabajos que



ponen de manifiesto las diferencias existentes en términos de efectivos entre hombres y mujeres empresarios, tradicionalmente” (p.7)

2.2.2.1. Factores internos del emprendimiento empresarial

De acuerdo con Amaru (2008), menciona que los siguientes factores contribuyen favorablemente al emprendimiento empresarial:

a. Creatividad y capacidad de implantación

El emprendedor se caracteriza por su capacidad para generar e implementar ideas innovadoras. Esta habilidad de imaginar y llevar a cabo proyectos nuevos distingue a las personas emprendedoras de aquellas que solo son creativas o ejecutoras, pero no logran combinar ambas cualidades.

b. Disposición para asumir riesgos

Comenzar un negocio implica tener claro los gastos que conlleva, como la inversión inicial en instalaciones, alquileres, salarios e impuestos. A pesar de esto, no se puede prever con certeza los ingresos que se obtendrán. Aquel que emprende un negocio está dispuesto a correr riesgos, es decir, a enfrentar la posibilidad de fracasar o sufrir pérdidas. Aunque las recompensas son inciertas y las dificultades son evidentes, el emprendedor está decidido a superarlas. La disposición a asumir y controlar los riesgos es una característica fundamental del comportamiento de aquellos que se dedican a la actividad empresarial.



c. Perseverancia y optimismo

El emprendedor se compromete con su propio éxito, comprendiendo que su supervivencia depende de su persistencia para enfrentar riesgos y dificultades. Los emprendedores exitosos destacan la importancia del trabajo duro y continuo para hacer que una empresa funcione, a veces sacrificando su tiempo y esfuerzo personal, colaborando con sus subordinados e incluso asumiendo sus responsabilidades. Además, los emprendedores son optimistas y tienen una visión positiva del éxito, enfrentando los obstáculos con determinación y resolviendo problemas para obtener resultados positivos. Cuando alcanzan la prosperidad, es la recompensa por su esfuerzo.

d. Sentido de independencia

Los emprendedores son individuos que eligen confiar en su habilidad para enfrentar la incertidumbre en lugar de trabajar para otros. Prefieren ser independientes y mantener sus convicciones incluso cuando enfrentan oposición o resultados negativos. Además, muestran confianza en su capacidad para superar obstáculos y enfrentar desafíos difíciles.

e. Los recursos

Son factores disponibles o inputs dentro del proceso de generación de valor en la empresa se consideran dos tipos: a) Recursos tangibles: que son los activos físicos, tecnológicos (como patentes, licencias, etc), recursos financieros y humanos en su vertiente cuantitativa. b) Recursos intangibles: Son los recursos humanos como el capital humano (capacidades, actitudes, potencial), recursos organizativos (sistemas



desarrollados por la empresa para combinar otros tipos de recursos, sistemas de comunicación, procesos de gestión de recursos humanos, imagen de la empresa, marcas comerciales, relaciones con clientes, con proveedores, con instituciones públicas, etc. (Peralta, 2018).

2.2.2.2. Factores externos del emprendimiento empresarial

a. Oportunidades de la demanda del producto

La demanda determina la actividad productiva de la empresa, dado que la decisión del consumidor viene determinada por el grado de aceptación del producto ofertado (Blázquez, Velázquez, et al., 2006). Este factor es determinante para la toma de decisiones de inversión que, en función de las condiciones generales del mercado, la demanda y la producción pasada de la empresa, se estimarán las ventas y el nivel de producción máximo.

La inversión se ve influenciada por la demanda, ya que la producción depende de las decisiones de las empresas respecto a la cantidad de recursos que utilizarán. Por lo tanto, es importante estar al tanto de los cambios en la demanda, especialmente en mercados con gran dependencia del exterior.

Fue así, que se justificó la necesidad de crear condiciones productivas capaces de vislumbrar rentabilidad y beneficio en el mediano y largo plazo, de tal forma que se favorezcan otras actividades articuladas con la cadena productiva de la quinua, y entrelazarse bajo mecanismos de acción conjunta en la búsqueda de eficiencia colectiva (clúster) (Guzmán-Bautista, 2013).



La Quinua

La quinua, también conocida como *Chenopodium quinoa* Willd, es un grano comestible que se originó en los Andes peruanos y en la región andina de América del Sur. Esta región es crucial en el proceso de domesticación de plantas alimenticias debido a la presencia de microclimas y variaciones en altitud que crean una diversidad de zonas agroecológicas. La quinua es una planta herbácea perteneciente a la familia *Chenopodiaceae*, que puede alcanzar alturas de 0.5 a 3.0 metros, dependiendo del genotipo y las condiciones ambientales. Además, presenta un tallo recto o ramificado con variaciones en su color. Las semillas son las que contienen la parte del mayor valor alimenticio; son pequeños gránulos con diámetros de entre 1.8 y 2.2 mm, de color variado: blanco, café, amarillo, rosado, gris, rojo y negro (IICA/Inia, 2015).

La quinua, un grano andino cultivado en el Perú desde hace muchos años, experimentó una disminución en su producción en los años noventa, cayendo por debajo de las 20 mil toneladas. Sin embargo, a partir del año 2000, comenzó a ser revalorizada como alimento. Ante una mayor demanda, tanto interna como externa, la producción se elevó alrededor de las 30 mil toneladas y paralelamente se empezó a exportar (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017).

La quinua es un cultivo crucial en la lucha contra el hambre a nivel global, gracias a su alto valor nutricional, capacidad de adaptación a diversas condiciones agroecológicas, resistencia a suelos salinos, tolerancia a temperaturas extremas y escasez de agua. Esto la hace un

recurso fundamental para combatir la falta de alimentos en todo el mundo. Su contenido (Ver Tabla 1) proteico varía desde un 12% hasta un 20% en algunas variedades, con una composición balanceada de aminoácidos similar a la caseína (proteína de la leche animal), vitaminas y minerales esenciales (calcio, magnesio, zinc y hierro), así como polifenoles y fibra dietética (IICA/Inia, 2015).

Tabla 1

Contenido de macro-nutrientes en la quinua y otros alimentos por 100 gramos de peso seco

Componente	Quinua	Maíz	Frijol
Energía (Kcal/100g)	399	408	367
Proteína (g/100g)	16,5	10,2	28,0
Grasa (g/100 g)	6,3	4,7	1,1
Total Carbohidratos (g/100g)	69,0	81,1	61,2

Nota: Se presenta las propiedades nutricionales de la quinua en relación a otros alimentos seleccionados.

En el mismo estudio realizado por el IICA/Inia (2015) hallaron la composición proximal de las variedades de quinua analizadas donde obtuvieron:

...que el contenido de las proteínas se sitúa dentro del rango establecido entre 11.2-16.1 g/100. Asimismo, la variedad Pasancalla obtuvo el mayor contenido proteico seguido por la variedad Altiplano cultivada en Lima (Costa), existiendo diferencia con la muestra cultivada en Puno (Sierra). Cabe mencionar que de las 12 variedades analizadas, las dos selecciones nativas presentaron contenidos proteicos bajos a intermedios (11.24 -



12.2%) en comparación con las variedades mejoradas (11.28 - 16.81%).

(p. 40)

El grano de quinua es usado esencialmente como alimento y, en menor medida, para fines medicinales. Las formas de consumo son en grano, hojuelas, harina, así como también en pastas, en cereal y en barras de chocolate. Como subproducto sirve como forraje para animales y como leña (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018). Debido a su alto valor nutricional, las variedades Pasankalla, Huancayo, Salcedo INIA, Huancayo, y Amarilla de Marangani de quinua podrían ser utilizadas en la elaboración de alimentos destinados a niños, mujeres embarazadas, deportistas y cualquier persona que requiera una dieta rica en proteínas de alta calidad. La quinua se destaca por su elevado contenido de lisina, un aminoácido esencial para el crecimiento de los niños. Se podrían crear productos como papillas, bebidas (leche de quinua), snacks, galletas y barras para niños, así como bebidas y barras energéticas y proteicas para deportistas, todos a base de quinua. (IICA/Inia, 2015).

Zonas de producción de la quinua

Tabla 2

Producción regional de la Quinua (t), 2015-2020

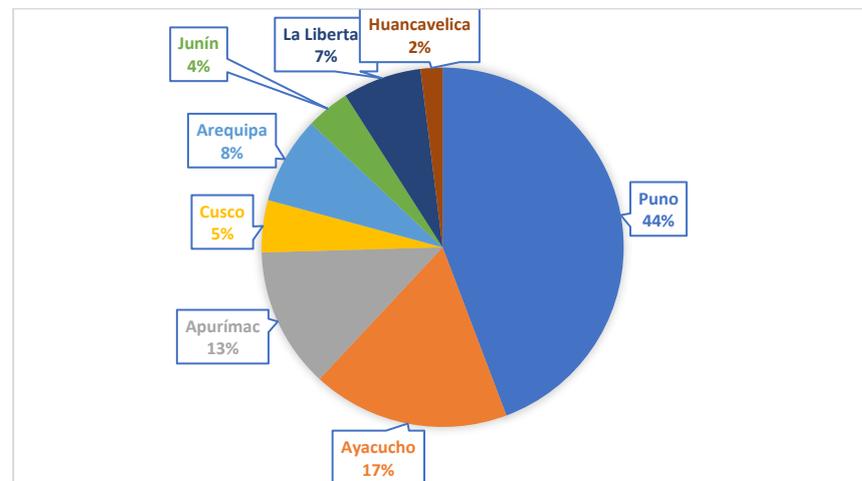
	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (oct)	Participación 2020	Var % ene-oct 20/19
Puno	38 221	35,166	39 610	38 539	39 539	39 618	45,2%	0,2%
Ayacucho	14 530	16 657	15 615	21 213	15 832	23 150	18,0%	47,2%
Apurímac	5 785	6 394	7 335	9 262	11 308	11 877	12,9%	5,0%
Cusco	4 290	3 937	3 675	4 242	4 218	6 758	4,8%	60,2%
Arequipa	22 379	6 206	3 104	3 942	8 461	6 117	8,0%	-12,4%
Junín	8 518	3 802	2 761	3 074	3 470	4 233	4,0%	22,0%
La Libertad	3 187	2 900	2 006	1 756	1 489	1 242	1,7%	-14,7%
Huancavelica	1 078	1 189	1 589	1 305	1 934	2 002	2,2%	3,6%
Cajamarca	581	751	841	908	1 059	496	1,2%	-53,2%
Huánuco	1 428	661	550	560	553	626	0,6%	13,2%
Otros	5 568	1 606	1 570	891	1 551	938	1,5%	-27,1%
Total	105 666	79 269	78 657	86 011	89 414	97 057	100,0%	10,9%

Nota: Se presenta la producción de Quinua tomado del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021).

En la Tabla 2, se detalla que la región de Puno ha liderado la producción nacional con un 45.2%, lo que equivale a 39.6 mil toneladas. Le sigue la región de Ayacucho con un 18%, representando 23.1 mil toneladas, y Apurímac con un 12.9%, que equivale a 11.9 mil toneladas. Además, se destaca que, en la región de Puno, las provincias de Azángaro, El Collao y San Román han tenido un desempeño destacado, con porcentajes de producción específicos para cada una.

Figura 1

Participación regional de la quinua al 2020



Nota: Participación regional de producción de quinua en la región Puno tomado del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021)

En las zonas de cultivo de quinua, los agricultores llevan a cabo labores para adaptar el grano silvestre a las demandas del mercado. Esto incluye la preparación del suelo y la siembra, utilizando métodos tradicionales como aynokas y waru warus, especialmente en el altiplano. Además, se encargan de eliminar la maleza y las malas hierbas, empleando herramientas manuales como chaquitacllas o segaderas, aunque en ocasiones las cooperativas les proporcionan maquinaria más avanzada como tractores o trilladoras mecánicas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018).

Centros de acopio-plantas de procesamiento

Dadas las circunstancias de pobreza y aislamiento en las que viven los pequeños productores de quinua, en los centros de producción simplemente se lleva a cabo la recolección del grano, sin agregarle valor o

procesarlo de ninguna manera. Un ejemplo de esto es la región de Puno, la principal área de producción de quinua a nivel nacional, donde alrededor de 10,000 agricultores pertenecientes a 130 asociaciones provinciales y una asociación regional, la Asociación Nacional de Productores Ecológicos de Puno, producen a una escala muy limitada, sin contar con infraestructura de almacenamiento o procesamiento. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018).

Tabla 3

Principales cooperativas de productores por provincia y superficie cosechada

Región	Provincia	Cooperativa	Superficie sembrada	Superficie cosechada
Puno	San Román	Cooperativa Agroindustrial Cabana Coopain	520	520
	Melgar	Asociación Nacional de Productores Ecológicos Puno	5 000	5 000
	El Collao	Asociación Jacohco – Ilave	1200	150
	Puno	Asociación Catala Acora	585	585
Ayacucho	Huamanga	Asociación Wiracocha del Perú	304	304
		Asociación de Productores San Juan de Tambobamba	300	65
		Asociación de Productores Apoqua	900	600
Apurímac	Andahuaylas	Cooperativa Agroindustrial Machu Picchu	300	300
Junín	Huancayo	Productores Agropecuarios La Puna Sapallanga	200	100
Arequipa	La Unión	Asociación La Unión – Cotahuasi APCO	200	70

Nota: se muestra las principales cooperativas de productores según provincias incluye la superficie de siembra y cosecha que han tenido.

La Cooperativa Agroindustrial Cabana Ltda (COOPAIN) está compuesta por 526 miembros que en promedio cultivan 1.7 hectáreas de quinua, con rendimientos que oscilan entre 2.5 y 4.3 toneladas por año. Del total de su producción, el 72% se destina a la venta a la Cooperativa, el 25% para consumo propio y el 3% como semilla. Desde 2012, el 60% de la quinua de COOPAIN se exporta directamente, el 30% se vende a empresas en Lima, el 10% se destina a la región de Cusco y a varios



restaurantes. La cooperativa cuenta con certificaciones BPM, HACCP y comercializa quinua orgánica (blanca, negra, roja y cañihua) con certificación BSC OKO Garantie a Estados Unidos, Francia, Alemania y Holanda. Además, también ha incursionado en el comercio justo con certificación Fair Trade Flo (IICA/Inia, 2015).

Al igual que con el café y el cacao, la quinua es producida principalmente por pequeños agricultores con parcelas de entre 1 y 10 hectáreas. Estos agricultores se organizan en cooperativas para consolidar envíos de carga, garantizar una mejor provisión de insumos y proporcionar forraje para épocas de heladas. Sin embargo, algunas cooperativas importantes, como la Asociación de Productores Agropecuarios, Agroindustriales y Artesanales Calala-Acora y la Asociación Nacional de Productores Ecológicos de Puno, forman extensiones conjuntas que superan las 500 y 2,000 hectáreas. En la Tabla 3 muestra las principales cooperativas de agricultores en las regiones productoras de quinua, así como sus extensiones respectivas (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018).

Tabla 4*Producción, superficie y rendimiento de la quinua, 2015-2020*

Año	Producción	Superficie	Rendimiento
2015	105 666	69 303	1 525
2016	79 269	64 223	1 234
2017	78 657	61 721	1 274
2018	86 738	65 787	1 320
2019	89 775	65 280	1 380
2020	97 057	66 584	1 458
Var % 18/17	9,3%	4,8%	4,4%
Var % 19/18	3,5%	-0,8%	4,5%

Nota: Se presenta la producción, superficie y rendimiento de la quinua tomado del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021).

Según la Tabla 4, se observa que los rendimientos han experimentado una disminución, estabilizándose alrededor de 1380 para el año 2019 y aumentando a 1480 para el 2020. Esto se debe a que la producción en la costa ha ido disminuyendo desde 2015, ya que ya no era rentable seguir cultivando ese cultivo debido a la caída de los precios y a la pérdida de posicionamiento de Perú en los mercados. A pesar de esto, las expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo están generando un replanteamiento en las expectativas de producción y siembra del grano. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2021).

Flujo de comercio mundial de la quinua

Las estadísticas de exportación de quinua peruana se presentan en la Tabla 5, resaltando el incremento de los volumen y valor FOB con tasas de crecimiento para 2000-2014 del 48.4% y el 67.6%, respectivamente.

Tabla 5*Estadísticas de exportación de la quinua, 2000-2014*

	Peso (t)	Tasa anual	Valor FOB (Miles US\$)	Tasa anual	Precio US\$/kg	Tasa anual
2000	263		33		1.27	
2001	148,1	-43,67	191,1	-42,62	1.29	1.86
2002	249,8	68,64	304,6	59,41	1.22	-5,47
2003	321,0	28,47	389,7	24,98	1,9	-2,72
2004	287,6	-10,38	386,2	1,45	1,34	13,20
2005	562,3	95,51	678,2	75,63	1,21	-10,17
2006	1271,0	126,01	1565,7	130,34	1,23	2,14
2007	1551,8	22,10	2033,4	29,88	1,31	6,37
2008	2036,0	31,20	4993,4	145,57	2,45	87,17
2009	2692,0	32,23	7249,4	45,18	2,69	9,80
2010	4782,9	77,66	13190,2	81,95	3,76	2,41
2011	8035,9	68,01	25486,7	93,22	3,17	15,00
2012	10887,5	35,49	31639,0	24,10	2,91	8,40
2013	18690,8	71,67	79 605,4	151,68	4,26	46,60
2014	36510,1	95,34	196 683	147,06	5,39	26,29

Nota: Se presenta la exportación de la quinua según el IICA/Inia (2015)

Las exportaciones de quinua en el Perú comenzaron recientemente, con volúmenes superiores a las mil toneladas a partir de 2006. Antes de esto, Bolivia era el principal proveedor de quinua orgánica para el mercado internacional, dirigida principalmente a ciertos segmentos de mercado (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017). En 2007, se llevaron a cabo transacciones por un valor de 1,788 millones de dólares, mientras que, en 2011, estas alcanzaron los 25,375 millones de dólares. En 2009, Estados Unidos (45%) y Francia (16%) fueron los principales importadores de quinua boliviana en grano. Perú y Ecuador tienen niveles de exportación más bajos, con alrededor de 400 toneladas métricas y 304 toneladas métricas respectivamente (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018).

Tabla 6*Principales países destino de la quinua, 2016- 2019 (US\$ FOB)*

	2016	2017	2018	2019	Var% 17/18	Var% 18/19
EE. UU	35,250,811	45,505,127	44,850,593	49,290,154	-1,4%	9,9%
Canadá	8,046,036	10,190,446	10,283,794	9,511,631	0,9%	-7,5%
Francia	5,275,445	4,679,563	6,085,724	7,127,575	30,0%	17,1%
Países Bajos	10,887,021	7,666,340	7,143,908	7,012,512	-6,8%	-1,8%
España	5,038,624	5,102,022	5,130,858	5,916,190	0,6%	15,3%
Reino Unido	7,283,041	5,865,842	6,319,296	5,896,571	7,7%	-6,7%
Italia	7,617,487	7,715,824	5,703,124	4,133,078	-26,6%	-5,4%
Bélgica	585,080	1,783,534	1,891,071	3,745,898	6,0%	118,6%
Brasil	1,927,680	2,522,025	4,393,510	3,639,947	74,2%	-14,7%
Chile	1,206,120	2,532,233	3,259,265	3,639,947	28,7	11,7%
Otros	20,474,704	28,374,858	30,116,838	32,882,123	6,1%	9,2%
Total	103,592,048	121,937,814	125,177,981	134,549,934	2,7%	7,5%

Nota: Se presenta los países donde se exporta la quinua según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021)

En la Tabla 6 se muestran los principales destinos de exportación de quinua, con Estados Unidos a la cabeza en la compra de quinua peruana con un valor FOB de US\$49.3 millones, seguido por Canadá con US\$ 9.5 millones y Francia con US\$ 7.1 millones. Brasil, Francia y Chile experimentaron las mayores variaciones interanuales entre 2018 y 2019, con un 74.2%, 30% y 28.7% respectivamente.

Además de la exportación a granel convencional y orgánica, también se exportan productos elaborados. El 42.2% corresponde a envíos de grano orgánico, mientras que el 28.1% es convencional. Existe un importante 29.7% que no se declara como convencional ni orgánico, pero se estima que en su mayoría sería convencional. Destaca la presencia de EE. UU en este mercado, superando su participación en la categoría convencional con un 19%.



Los principales mercados a los cuales se dirige la oferta exportable peruana de quinua, y que son además los principales demandantes mundiales identificados por IICA/Inia (2015); Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021):

- Los Estados Unidos: El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los EE. UU. y el Perú entró en vigencia el 1 de febrero de 2009, habiéndose establecido un arancel del 0% para el ingreso de la quinua. Los Estados Unidos son el mayor importador de quinua peruana.
- Canadá: Este país representa otro importante mercado para las exportaciones, con un TLC operativo desde el 1 de agosto de 2009.
- La Unión Europea: En enero de 2014 entró en vigencia el TLC entre la Unión Europea y el Perú, que establece un arancel de importación de 0% para la quinua. Los Países Bajos, el Reino Unido, Alemania, Italia y Francia concentran el 21.6% del total exportado, con crecimiento acelerado en países como España en 2014.
- Brasil: Ha sido un mercado con notable crecimiento para el año 2013, siendo un miembro del MERCOSUR, lo que permite que, en aplicación del Acuerdo de Complementación Económica, las exportaciones tengan un 0% de arancel al igual que para la Argentina, el Uruguay y el Paraguay.
- Sudáfrica: Este mercado presenta perspectivas de crecimiento debido a su PBI per cápita (US\$ 11 375 per cápita). El Perú tiene en su agenda la negociación del TLC con ese país.
- Los mercados de Asia y Oceanía son significativos para la exportación, con Australia, Nueva Zelanda y Japón destacando como importantes.



En el año 2014, representaron el 6.2% del total exportado y pagaron un precio FOB de exportación por encima del promedio. Además, existe un tratado de libre comercio con Japón desde el 1° de marzo de 2012, y en este país hay una preferencia por productos naturales.

b. Equipamiento técnico – productivo

Las ventajas tecnológicas aparecen cuando es posible reducir los costes aumentando la especialización en el trabajo, introduciendo mayor automatización de la producción, técnicas de trabajo en cadena, sistemas mecanizados de transporte interno, grandes unidades de maquinaria capaces de producir cantidades mayores a costes unitarios menores, o cualquier otra modificación técnica similar en la organización productiva (Blázquez, Velázquez, et al., 2006).

Así, el aumento de la eficiencia gracias a la innovación tecnológica motivará a la empresa a explorar nuevas oportunidades de mercado o modelos de negocio, con métodos de producción completamente diferentes, lo que conllevará cambios en la forma en que se organiza y gestiona la empresa, como parte de cualquier estrategia de diversificación. El hecho de que existan barreras que impidan el acceso a las nuevas tecnologías supondrá una limitación importante para que las empresas, sobre todo las pequeñas, puedan desarrollar estrategias de crecimiento (Acs y Karlsson, 2002).

Así, los avances tecnológicos, y más concretamente los avances de los últimos años en las tecnologías de la información y la comunicación, han abierto la posibilidad de crecimiento de determinadas empresas, no



sólo por revolucionar los procesos de producción, sino también por crear nuevos mercados que han servido a empresas para emprender nuevos negocios, en muchos casos, mediante la diversificación (Blázquez, Velázquez, et al., 2006).

c. Créditos privados y apoyo gubernamental

Una de las principales imperfecciones del mercado de capitales que afectan las decisiones de financiación es causada por la asimetría de información, según la cual, los suministradores de recursos financieros (accionistas y acreedores) disponen de una menor información de la empresa y de las características del proyecto por financiar, que los directivos (Blázquez, Velázquez, et al., 2006).

El coste de los fondos externos que una empresa debe enfrentar depende de su situación financiera. Las diferencias de información entre prestamistas y prestatarios justifican la existencia de una prima entre el costo de los recursos externos e internos, que incluye los costos de supervisión asociados al riesgo de quiebra. Por lo tanto, en lugar de ver el acceso a créditos privados como un factor de crecimiento, sería más preciso considerar este elemento como una limitación clara al crecimiento de las Pyme García (2001) ha comprobado que las ayudas públicas más concretamente las subvenciones tienen un efecto muy positivo en el riesgo financiero de las Pyme, observando, en dichas empresas, un importante incremento de su capacidad de devolución de la deuda. Además, se constató un impacto positivo de las subvenciones en la estructura financiera de las empresas, al disminuir el riesgo financiero soportado por



las mismas, siendo éstas un instrumento efectivo para incentivar la inversión y el empleo en las zonas periféricas, y para consolidar el empleo en las empresas de nueva creación

No obstante, siempre ha existido polémica sobre la conveniencia del intervencionismo del Estado en la economía, ya sea en forma de ayudas financieras directas (subvenciones) o indirectas (incentivos fiscales) para promover la inversión y el crecimiento empresarial, siendo muchos los economistas que han estado en contra de las ayudas públicas (Blázquez, Velázquez, et al., 2006). Los principales argumentos utilizados se dirigen hacia las ineficiencias que pueden crear en la producción, en el mercado y en la economía, ya que transfieren recursos de industrias que pagan impuestos a industrias receptoras de subvenciones.

d. Red empresarial

Las redes son una forma de organizar las relaciones entre empresas que, sin dejar de competir, incluyen a la cooperación como parte de su estrategia de negocios con el propósito de alcanzar un mejor desempeño en una determinada industria. Las empresas que cooperan o colaboran a través de una red deben compartir objetivos similares, o al menos complementarios, trabajando para hacer a la red más competitiva y para aumentar la eficiencia conjunta (Becerra, 2008).

2.2.2.3. Gestión empresarial

La gestión empresarial representa una herramienta primordial para el desenvolvimiento y crecimiento de las empresas desde tiempo atrás en que se pretendió aplicar las filosofías de distintos autores, entre ellos Max



Weber, en donde empezó a importar más las necesidades de las personas, como satisfacerlas y comercializar aquello que las satisfaga (Cañar & Hidalgo, 2021).

La gestión empresarial pone énfasis, no tanto en la organización de los recursos (administración), como en la planificación de los procesos para alcanzar los objetivos de la organización. En este sentido, se la concibe a la gerencia como un cargo que maneja lo estratégico de la organización (Quintana, 2020). Este tiene un efecto significativo en un amplio campo de elementos, no solo relacionados con la empresa que aplique el modelo de gestión, sino también la productividad del país, la participación ciudadana, las políticas sociales y públicas.

El tipo de modelo que vaya a aplicarse permite predecir a través de un sistema organizado, qué movimiento hay que realizar, qué proceso se debe iniciar, o que actividad se debe mejorar; en este caso, el modelo traza una línea por la que las operaciones deben seguir para llegar a un objetivo (Cañar & Hidalgo, 2021). Las tres funciones principales de la gestión son: (1) crear un ambiente para el éxito. (2) eliminar los problemas el momento de que florezcan o, mejor, antes. (3) aprovecha las grandes oportunidades (Mora et al., 2016).

Cada empresa tiene necesidades distintas, por lo que no puede haber un solo modelo de Gestión Empresarial, según los objetivos que se quieran lograr y según las estadísticas de los modelos más utilizados por la competencia en el mismo sector productivo o de mercado, se debe elegir el modelo; aunque en la actualidad, las empresas optan por siempre



modificar los modelos de gestión ya existentes con alguna alternativa innovadora por lo general enfocada a las Tecnologías de Información y Comunicación, para así asegurar una ventaja competitiva (Cañar & Hidalgo, 2021).

a. Modelo de gestión empresarial

Una postura emprendedora está reflejada en tres niveles de comportamiento organizacional: la toma de riesgos de la dirección general en lo que hace relación a decisiones de inversión y acciones estratégicas en situaciones de incertidumbre; la magnitud y frecuencia de la innovación en productos y tendencia hacia el liderazgo tecnológico, y la proactividad competitiva frente a los rivales dentro de la industria (Hernán et al., 2008).

La manera en que una empresa es dirigida y administrada depende principalmente de dos factores: la forma en que se toman las decisiones y quién las toma. El desafío principal en la gestión cooperativa radica en la distribución de las decisiones entre las diferentes instancias de la organización. Distribución que implique un mínimo de eficiencia para operar y a su vez haga efectivo el principio de participación y gestión democrática (Camilletti et al., 2005).

Existen diferentes modelos y su contribución al éxito dependió de determinadas circunstancias que se dieron en el tiempo; se puede mencionar el modelo DUPONT, Lean Manufacturing, Kaizen, Modelo Canvas, modelo de Mintzberg, cuadro de mando integral entre los más conocidos (Quintana, 2020).



b. Tipo de empresa y gestión

Para Cañar & Hidalgo (2021), existen diferencias significativas entre:

- La organización cerrada se destaca por su fuerte centralización y jerarquización, basada en el principio de causalidad. Se privilegia la gestión mecanicista y reactiva, utilizando la experiencia y el sentido común como formas de conocimiento.
- En contraste, la organización anticipativa se centra en la provisión de información para determinar y controlar la relación, utilizando paradigmas aleatorios (estadísticos). La gestión es proactiva y enfatiza la función del hecho para construir una imagen de la realidad, verificando los datos y corroborando la información.
- Por último, la organización como sistema abierto se caracteriza por el desequilibrio, las relaciones no lineales y las propiedades emergentes, utilizando el paradigma emergente. La gestión sistémica es creativa, innovadora y estratégica, utilizando el lenguaje para dar cuenta de las relaciones. La actividad cotidiana y la gestión son objetos de control a través de la vigilancia.

Quintana (2020) propone los modelos de excelencia, los cuales constituyen un marco de referencia para la mejora de la gestión de una organización, dado que estos modelos se orientan al otorgamiento de premios en diferentes países con el objeto de reconocer el compromiso, el liderazgo y las buenas prácticas empresariales, contribuyendo en el



crecimiento de su economía y generando su participación en mercados no solo nacionales si no globales.

El autor también menciona que los sistemas de gestión tipo ISO surgieron a raíz de la demanda de las organizaciones para que sus proveedores certificaran sus productos. En 1979, la British Standard Institution, que más tarde se convertiría en la Organización Internacional de Normalización (ISO), fue creada con el propósito de certificar, auditar y capacitar en normas para estandarizar procesos y establecer un modelo de gestión de calidad confiable. Esta organización otorga certificaciones de gestión de calidad a empresas públicas y privadas que buscan mejorar su presencia en el mercado o brindar servicios más eficientes.

Los modelos analizan no sólo la actuación del emprendedor dentro de la empresa, sino que involucran elementos externos a las empresas. La empresa se encuentra en continua interacción con su entorno, al analizar variables externas, variables estratégicas y variables internas que intervienen en sus procesos de emprendimiento (Hernán et al., 2008).

2.2.2.4. Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

La Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana, fundada en 2010 por 17 organizaciones de base en el distrito de Cabana, provincia de San Román, región Puno, tiene sus orígenes en la Asociación Central de Productores Multisectorial Cabana – ASCENPROMUL – CABANA, formada en 2001 por agricultores dedicados al cultivo de quinua.

Desde el 2012, la cooperativa exporta quinua perlada a varios países, mejorando los precios para los socios productores. Con 580 socios,



la cooperativa se enfoca en la producción y exportación de quinua perlada orgánica, trabajando en ejes estratégicos técnico-productivos, fortalecimiento empresarial, responsabilidad social-empresarial y de comercialización. Cuenta con un equipo técnico para garantizar la trazabilidad del producto, realizando actividades de inspección, verificación y supervisión de las actividades que ejecuta el productor orgánico, logrando la certificación orgánica con la certificadora BCS OKO Garantie.

CAPITULO III

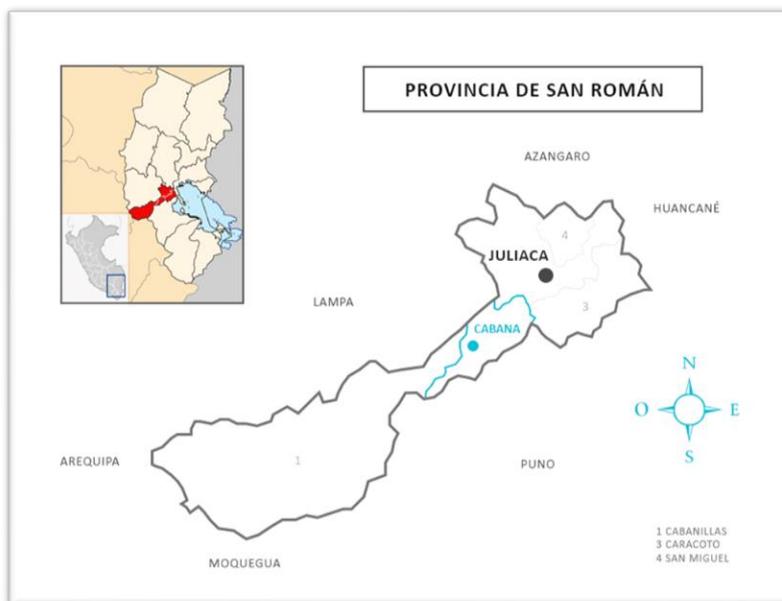
MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 ZONA DE ESTUDIO

El Distrito de Cabana se ubica en el oeste de la Provincia de San Román, en el centro del departamento de Puno y al sur del Perú. Su capital, el pueblo del mismo nombre, está situada a una altitud de 3.901 metros sobre el nivel del mar. Cabana es uno de los cinco distritos que forman la provincia de San Román en el departamento de Puno, con una superficie de 191,23 km² y una población aproximada de 4843 habitantes. Es importante destacar que Cabana es uno de los principales productores de quinua en el país, lo cual es significativo considerando que Perú es el principal productor y exportador de este grano a nivel mundial.

Figura 2

Mapa del distrito de Cabana



Nota: Mapa político del distrito de Cabana, 2023



3.2 TIPO DE ESTUDIO

El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, esta ruta “es apropiada cuando queremos estimar las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos y probar hipótesis” (Hernández & Mendoza, 2018, p. 8). Además, se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, “lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados” (Bernal, 2010, p. 60).

Para Benítez (2017) este modelo es sustentado por el positivismo, el cual se considera que el conocimiento aceptable en la “investigación social es el científico, entendido como aquél que se obtiene de una metodología rigurosa que permite explicar los hechos o causas de los fenómenos de forma objetiva” (p. 66).

3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño es no experimental, también llamado “ex pos facto control (después del hecho), tienen como rasgo fundamental que el investigador no tiene ningún control sobre la variable independiente” (Benítez, 2017, p. 31).

El alcance es correlacional, ya que se asocia “conceptos, fenómenos, hechos o variables. Miden las variables y su relación en términos estadísticos” (Hernández & Mendoza, 2018, p. 109). Así mismo, el estudio fue transversal o transeccional, en este corte se caracteriza por recoger datos en un solo momento de tiempo, en la aplicación de la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario a los socios de la cooperativa.



3.4 POBLACION Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población se refiere a un grupo de individuos de la misma especie que viven en una determinada área geográfica y que comparten características comunes, como la edad, el género, la raza, la cultura, entre otras. En términos demográficos, la población se refiere al número total de personas que viven en un área determinada, ya sea una ciudad, un país o el mundo entero, es decir, “es el conjunto de todos los casos, de unidades que se va a estudiar durante el proceso de investigación” (Alesina et al., 2011 p. 71), e que tienen un carácter en comun (Carrasco, 2006). La población comprende a todos los socios de la cooperativa

3.4.2. Muestra

Una muestra es un “subconjunto de la población compuesto por las unidades que efectivamente se observan, y representan a las otras unidades de la población que no se observan” (Alesina et al., 2011, p. 73). De la muestra se recolecto los datos y como criterio se cumplio que debe ser representativa (Bernal, 2010). El muestreo fue probabilistico simple, participaron los socios de la cooperatía.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2(N - 1)) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población : 554

Z = Nivel de confianza (95 %) : 1.96

p = Probabilidad que ocurra el evento: 0.5



q = Probabilidad que no ocurra el evento ($1 - p$): 0.5

e = Error de estimación muestral : 0.05

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 554}{(0.3^2(554 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 220$$

La muestra estuvo constituido de 220 socios de la Cooperativa COPAIN.

Unidad de análisis. Emprendimiento empresarial.

Unidad de observación. Los socios de la cooperativa COPAIN.

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos se uso la técnica de la encuesta, para ello se aplicó dos instrumentos. El primero fue un cuestionario de 43 preguntas, de tipo escala de likert, que va de 1 al 5, el 1=nunca, 5= siempre (ver Tabla 7) compuesto de las siguientes dimensiones: iniciativa, fortaleza, riesgos, decisiones, flexibilidad, aprendizaje, planificación. El nivel de confiabilidad del instrumento según el Alfa de Cronbach es de alta fiabilidad ($\alpha=0,948$).

Tabla 7*Baremo de factores internos*

Dimensiones	Bajo	Moderado	Alto
Iniciativa	5 – 11	12 - 18	19 – 25
Fortaleza ante las dificultades	6 – 14	15 - 22	23 – 30
Capacidad de asumir riesgos	6 – 14	15 - 22	23 – 30
Capacidad de toma de decisiones	6 – 14	15 - 22	23 – 30
Flexibilidad	6 – 14	15 - 22	23 – 30
Capacidad de aprendizaje	4 – 9	10 - 15	16 – 20
organización y planificación	5 – 11	12 - 18	19 – 25
Confianza en uno mismo	5 – 11	12 - 18	19 – 25
Global	71 – 119	120 - 167	168 - 215

Nota: Se presenta el baremo para cada dimensión y el global

El segundo cuestionario estuvo compuesto de 20 preguntas, de tipo escala de likert, que va de 1 al 5, el 1=nunca, 5= siempre (ver Tabla 8), sus dimensiones son oportunidades de la demanda, créditos privados y apoyo gubernamental, equipamiento técnico – productivo, red empresarial. El nivel de confiabilidad del instrumento según el Alfa de Cronbach es de alta fiabilidad ($\alpha=0,912$).

Tabla 8*Baremo de factores externos*

Dimensiones	Desfavorable	Regular	Favorable
Oportunidades de la demanda	6 – 14	15 - 22	23 – 30
Créditos privados y apoyo gubernamental	6 – 14	15 - 22	23 – 30
Equipamiento técnico – productivo	4 - 9	10 - 14	15 – 20
Red empresarial	4 - 9	10 - 14	15 – 20
Global	20 – 46	47 - 73	74– 100

Nota: Se presenta el baremo para cada dimensión y el global.

Además, se valoraron indicadores socio-demográficas, las cuales fueron: sexo, edad y nivel educativo. Y se aplicó una entrevista estructurada a los socios claves y fundadores de la Cooperativa COPAIN.



3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Los instrumentos fueron codificados, luego; se generó una matriz de datos, en el software estadístico SPSS v.22, que significa Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales. Donde se analizó estadística descriptiva e inferencial para someter a prueba las hipótesis de investigación.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Características sociodemográficas de los socios

En este acápite se presentan los resultados encontrados en la investigación, dada la naturaleza del estudio y los propósitos del mismo, se centran en analizar las variables sociodemográficas y sus características. La Cooperativa COOPAIN es una organización que agrupa a socios con características sociodemográficas diversas. Estos socios provienen de diferentes contextos sociales y económicos, lo que enriquece la diversidad y la representatividad de la cooperativa.

En términos de edad, los socios de COOPAIN abarcan un amplio rango, desde jóvenes emprendedores hasta personas de la tercera edad. Esta diversidad generacional permite que la cooperativa se beneficie de la experiencia y el conocimiento de los socios más veteranos, mientras que también se nutre de la energía y la perspectiva innovadora de los socios más jóvenes. En cuanto a la participación según sexo, COOPAIN se esfuerza por promover la igualdad y la equidad, por lo que cuenta con una representación importante de mujeres entre sus socios. Esto refleja el compromiso de la cooperativa con la inclusión y la no discriminación de género.

En cuanto al nivel educativo, los socios de COOPAIN tienen diferentes niveles de formación académica. Algunos socios pueden tener educación básica, mientras que otros pueden tener títulos universitarios o especializaciones en áreas específicas. Esta diversidad educativa promueve el intercambio de conocimientos

y habilidades entre los socios, lo que fortalece la cooperativa como un espacio de aprendizaje y crecimiento mutuo. Por lo que, se puede resumir que las características sociodemográficas de los socios de COOPAIN son diversas y reflejan la inclusión y la representatividad de la cooperativa. La cooperativa valora la diversidad generacional, de género y educativa de sus socios, reconociendo que esta diversidad es un factor clave para su éxito y desarrollo sostenible.

4.1.1.1 Edad de los socios

La variable edad es importante en la investigación debido a que puede influir en el desarrollo de la organización, al expresar los socios sus experiencias de vida y cambios sociales y culturales de los participantes. Considerar la edad en la investigación permite obtener resultados más precisos y comprensivos, y ayuda a evitar generalizaciones erróneas o sesgadas.

Tabla 9

Edad de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana según sexo

Sexo	Edad											
	20 a 30		31 a 40		41 a 50		51 a 60		20 a 30		Total	
	Años		años		años		años		años			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Masculino	9	4,1	15	6,8	18	8,2	12	5,5	19	8,6	73	33,2
Femenino	21	9,5	34	15,5	40	18,2	34	15	18	8,2	147	66,8
	30	13,6	49	22,3	58	26,4	46	20	37	16,8	22	100

Nota: Se presenta la edad y sexo de los socios encuestados.

En la Tabla 9 se observa que el 26,4 % de los encuestados tienen entre 41 a 50 años, siendo las mujeres 18,2 % el mayor porcentaje; seguido de los socios entre 31 a 40 años en un 22,3 %. Así mismo; según el sexo el 66,8 % de los socios son mujeres y el 33,2 % de los encuestados son

varones. Se concluye que la mayoría de los socios oscilan en edad entre 41 a 50 años, y son mujeres.

4.1.1.2 Estado civil de los socios

Al considerar la variable “estado civil de los socios” en el estudio de los socios de una cooperativa COOPAIN, es importante para cumplir con los requisitos legales, garantizar los derechos y beneficios de los socios, determinar las responsabilidades económicas y planificar estratégicamente las actividades de la cooperativa.

Tabla 10

Estado civil de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana según sexo

Sexo	Estado civil							
	Soltero(a)		Casado (a)		Divorciado (a)		Conviviente	
	F	%	f	%	F	%	f	%
Masculino	10	4,5	28	12,7	4	1,8	31	14,1
Femenino	16	7,3	75	34,1	4	1,8	52	23,6
	26	11,8	103	46,8	8	3,6	83	37,7

Nota: Se presenta el estado civil de los socios encuestados, según género.

En la Tabla 10 se observa que el estado civil de los encuestados, donde el 46,8 % son casados, siendo en su mayoría (34,1 %) mujeres; el 37,7 % de los socios de la Cooperativa con convivientes, y la mayor parte son mujeres (23,6 %). Se concluye que la mayoría de los socios son mujeres casadas.

4.1.1.3 Nivel educativo de los socios

La importancia del estudio de la variable “nivel educativo”, de los socios de COOPAIN se puede considerar que tienen diferentes niveles de

formación académica. Algunos socios pueden tener educación básica, mientras que otros tienen estudios universitarios o especializaciones en áreas específicas. Esta diversidad educativa promueve el intercambio de conocimientos y habilidades entre los socios, lo que fortalece la cooperativa como un espacio de aprendizaje y crecimiento mutuo.

Tabla 11

Nivel educativo de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana según sexo

Sexo	Nivel educativo							
	Sin estudios		Primaria		Secundaria		Superior	
	F	%	f	%	F	%	f	%
Masculino	1	0,5	18	8,2	36	16,4	18	8,2
Femenino	8	3,6	56	25,5	63	28,6	20	9,1
	9	4,1	74	33,6	99	45,0	38	17,3

Nota: Se presenta el nivel educativo de los socios encuestados.

En la Tabla 11 se observa que el nivel educativo de los socios de la Cooperativa, donde el 45,0 % estudiaron hasta el nivel secundaria en educación básica regular, siendo las mujeres 28,6 % el mayor porcentaje; seguido del 33,6 %. encuestados que lograron estudiar hasta el nivel primaria. Otro grupo logro estudios de nivel superior 17,3 %. Se concluye que la mayoría de los socios son mujeres y estudiaron hasta el nivel secundaria.

4.1.2. Factores internos asociados al emprendimiento empresarial

4.1.1.4 Estimación de los factores internos

Los factores internos asociados al emprendimiento empresarial en la cooperativa COOPAIN son de vital importancia para el desarrollo y



éxito de la organización. Por tanto, en este acápite, se explican los factores internos asociados a la cooperativa: Cultura emprendedora, dentro de la cooperativa COOPAIN implica fomentar el espíritu de iniciativa, creatividad e innovación entre sus miembros. Esto permite que los socios estén dispuestos a asumir riesgos, buscar oportunidades de negocio y adaptarse a los cambios del entorno. Liderazgo emprendedor, es otro de los factores fundamentales para guiar y motivar a los miembros de la cooperativa COOPAIN en la consecución de los objetivos empresariales.

Asimismo, la capacidad de gestión, referidas a las habilidades y conocimientos necesarios para administrar eficientemente los recursos de la cooperativa COOPAIN. Esto implica la planificación, organización, dirección y control de todas las actividades y procesos internos de la organización. Una buena capacidad de gestión permite optimizar los recursos disponibles, mejorar la productividad y alcanzar los objetivos establecidos. En consecuencia, los factores internos asociados al emprendimiento empresarial en la cooperativa COOPAIN son fundamentales para su desarrollo y éxito. La cultura emprendedora, el liderazgo emprendedor, la capacidad de gestión y la innovación y adaptabilidad son elementos clave que permiten a la cooperativa enfrentar los desafíos del mercado, generar valor agregado y lograr un crecimiento sostenible.

Tabla 12

Estimación del factor interno de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Sexo	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Iniciativa	8	25	17,92	4,076
Fortaleza	11	30	22,42	4,234
Riesgos	7	30	21,72	4,283
Decisiones	11	30	23,01	4,394
Flexibilidad	7	30	21,87	4,466
Aprendizaje	6	20	15,68	3,531
Planificación	6	25	18,43	4,121
Confianza	5	25	19,41	4,249
Global	78	204	160,28	25,845

Nota: Se la estimación de la estadística descriptiva de los factores internos que se asocian en el desarrollo de la empresa.

En la tabla 12, presentada se muestran los resultados de la estimación del factor interno de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana en diferentes dimensiones como iniciativa, fortaleza, riesgos, decisiones, flexibilidad, aprendizaje, planificación y confianza. En general, se observa que los socios de la cooperativa tienen una puntuación media alta en todas las dimensiones evaluadas, lo que indica que poseen un alto nivel de emprendimiento empresarial. En la dimensión de iniciativa, la puntuación media es de 17,92, lo cual indica que los socios tienen una actitud proactiva y están dispuestos a tomar la iniciativa en la creación de nuevos proyectos o ideas.

En cuanto a la dimensión de fortaleza, se observa que la puntuación media es de 22,42, lo que indica que los socios tienen una mentalidad fuerte y resiliente, capaz de superar los obstáculos y desafíos que puedan surgir en el proceso emprendedor. En la dimensión de riesgos, se observa



una puntuación media de 21,72, lo cual indica que los socios están dispuestos a asumir riesgos financieros, psicológicos y sociales en busca de obtener recompensas económicas y personales.

En la dimensión de decisiones, se observa una puntuación media de 23,01, lo que indica que los socios son capaces de tomar decisiones de manera efectiva y eficiente, lo cual es fundamental en el proceso emprendedor. En cuanto a la dimensión de flexibilidad, se observa una puntuación media de 21,87, lo cual indica que los socios son capaces de adaptarse a los cambios y ajustar sus estrategias según las circunstancias del entorno empresarial.

En la dimensión de aprendizaje, se observa una puntuación media de 15,68, lo cual indica que los socios están dispuestos a adquirir nuevos conocimientos y habilidades para mejorar sus capacidades emprendedoras. En cuanto a la dimensión de planificación, se observa una puntuación media de 18,43, lo cual indica que los socios son capaces de establecer metas y objetivos claros y desarrollar planes de acción para alcanzarlos.

En la dimensión de confianza, se observa una puntuación media de 19,41, lo cual indica que los socios confían en sus propias habilidades y en el potencial de éxito de sus proyectos empresariales. En consecuencia, los resultados de la tabla 12, indican que los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana tienen un alto nivel de emprendimiento empresarial, lo cual es positivo para el desarrollo de la cooperativa y su capacidad para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado.



Tomando en cuenta los resultados se tiene a los autores Lupiáñez et al., (2014), quienes sostienen que, la figura del emprendedor se refiere a aquel agente capaz de dar una respuesta creativa e innovadora a las demandas insatisfechas. Estos empresarios emprendedores son capaces de encontrar y manejar la información adecuada para desarrollar bienes y servicios que satisfagan estas necesidades. Asimismo, el término emprendedor fue utilizado por primera vez por Richard Cantillon en su Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general (1755) (Amaru, n.d.; Duarte & Ruiz, 2019; Lupiáñez, Priede, & López, 2014; Rodríguez-Ramírez, 2009).

. Cantillon fue el primero en reconocer el papel crucial del emprendedor en la economía, identificándolo como "alguien que asume riesgos al comprar servicios o componentes a un precio determinado con la intención de revenderlos más tarde a un precio indeterminado" (Amaru, 2008, p. 3).

En la misma línea, Rodríguez-Ramírez (2009), conceptualiza al emprendedor como aquella persona con "innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas" (p. 97). Por tanto, el emprendedor es aquel individuo capaz de identificar oportunidades, asumir riesgos y llevar a cabo acciones creativas e innovadoras para satisfacer las demandas insatisfechas.



4.1.1.5 Iniciativa

La iniciativa mostrada de los socios en la Cooperativa COOPAIN es de suma importancia ya que se trata de una cooperativa agrícola que se basa en el trabajo conjunto y la participación activa de todos sus miembros. En primer lugar, la iniciativa de los socios permite que cada uno de ellos se sienta parte activa de la empresa, lo cual genera un sentido de pertenencia y compromiso con los objetivos y metas de COOPAIN. Esto se traduce en un mayor esfuerzo y dedicación por parte de los socios, lo que a su vez contribuye al éxito y crecimiento de la empresa.

Además, la iniciativa de los socios fomenta la toma de decisiones participativa, donde cada uno puede aportar sus ideas y opiniones para el beneficio de la cooperativa. Esto permite una mayor diversidad de perspectivas y enfoques, lo que puede llevar a soluciones más creativas e innovadoras. Otro aspecto importante de la iniciativa de los socios es que promueve la transparencia y la rendición de cuentas. Al participar activamente en la toma de decisiones y en la gestión de la empresa, los socios tienen acceso a la información y pueden asegurarse de que se estén tomando las mejores decisiones en beneficio de todos.

Adicionalmente, la iniciativa de los socios en la cooperativa COOPAIN fomenta la capacitación y el desarrollo de habilidades. Al estar involucrados en diferentes áreas de la empresa, los socios tienen la oportunidad de adquirir conocimientos y experiencias que pueden ser útiles tanto para su crecimiento personal como para el desarrollo de la cooperativa.

Tabla 13

Nivel de iniciativa de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain

Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	f	%	F	%	F	%
Masculino	8	3,6	26	11,8	39	17,7
Femenino	12	5,5	64	29,1	71	32,3
Total	20	9,1	90	40,9	110	50,0

Nota: Se presenta el nivel de iniciativa de los socios según sexo.

En la Tabla 13 se muestra el nivel de iniciativa de los socios de la Cooperativa, donde se aprecia que el 50,0 % de los encuestados presentan un nivel alto de iniciativa, siendo las mujeres 32,3 % el mayor porcentaje; seguido de los encuestados con el 40,9 % con un nivel moderado. Se concluye que la mayoría de los socios presentan un nivel alto de iniciativa y son mujeres.

Tabla 14

Iniciativa en los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Realiza tareas por sí solo	7	3,2	48	21,8	76	34,5	37	16,8	52	23,6
Metas y propósitos para avanzar en el trabajo	0	0,0	39	17,7	55	25,0	77	35,0	49	22,3
Tomar iniciativas	1	0,5	45	20,5	51	23,2	59	16,8	64	29,1
Tomar la iniciativa y responsable del éxito o el fracaso	2	0,9	31	14,1	54	24,5	64	29,5	69	41,4
Nuevas acciones para alcanzar propósitos	1	0,5	38	17,3	71	32,3	59	26,8	51	23,2

Nota: Se presenta la iniciativa de los socios encuestados.

Se encontró que la iniciativa es alta tanto en varones y mujeres, siendo los de mayor recurrencia (siempre) en los socios de la Cooperativa:

tomar la iniciativa y responsable del éxito o el fracaso (41,4 %), tomar iniciativas (29,1 %); y usualmente metas y propósitos para avanzar en el trabajo (35,0 %); finalmente, algunas veces realiza tareas por sí solo (34,5 %) y nuevas acciones para alcanzar propósitos (32,3 %). Estos resultados muestran que en general, los socios de la cooperativa tienen una buena iniciativa en el desarrollo de sus tareas y metas, así como en tomar acciones para alcanzar sus propósitos. Además, se destaca que una gran proporción de los socios son responsables de sus acciones y están dispuestos a asumir el éxito o el fracaso (Tabla 14).

4.1.1.6 Fortaleza ante las dificultades

En la Tabla 15 se observa el nivel de fortaleza ante las dificultades que muestran los socios de la Cooperativa, donde se aprecia que el 59,5 % de los encuestados presentan un nivel alto, siendo las mujeres el mayor porcentaje 39,5 %; seguido de los encuestados con el 33,6 % con un nivel moderado. Se concluye que la mayoría de los socios presentan un nivel alto de fortaleza ante las dificultades y son mujeres.

Tabla 15

Nivel de fortaleza ante las dificultades de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	f	%	F	%	f	%
Masculino	4	1,8	25	11,4	44	20,0
Femenino	11	5,0	49	22,3	87	39,5
Total	15	6,8	74	33,6	131	59,5

Nota: Se presenta el nivel de fortaleza de los socios encuestados



La tabla 16 muestra los resultados de la fortaleza ante las dificultades de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana. Las fortalezas que presentan los socios de la Cooperativa, están relacionados a los siguientes elementos: Insiste en conseguir objetivos a pesar de los obstáculos, el 2,3% de los socios nunca insiste en conseguir objetivos a pesar de los obstáculos, el 19,1% lo hace raras veces, el 25% algunas veces, el 28,6% usualmente y el 15% siempre. Los fracasos no desaniman, al respecto el 11,4% de los socios nunca se desaniman ante los fracasos, el 10% lo hace raras veces, el 27,7% algunas veces, el 28,6% usualmente y el 22,3% siempre. Si comete un error lo resuelve y sigue adelante, el 0,9% de los socios nunca resuelve un error y sigue adelante, el 12,3% lo hace raras veces, el 22,3% algunas veces, el 25,5% usualmente y el 39,1% siempre.

Asimismo, ser capaz de vencer los obstáculos para lograr lo que quiero, el 0,5% de los socios nunca es capaz de vencer los obstáculos para lograr lo que quiere, el 10,9% lo hace raras veces, el 22,3% algunas veces, el 34,1% usualmente y el 32,3% siempre. Ante una tarea difícil supera el desánimo, el 0,5% de los socios nunca supera el desánimo ante una tarea difícil, el 12,3% lo hace raras veces, el 21,4% algunas veces, el 40% usualmente y el 25,9% siempre. Realiza sus actividades sin desanimarse, el 0,5% de los socios nunca realiza sus actividades sin desanimarse, el 7,7% lo hace raras veces, el 28,2% algunas veces, el 26,8% usualmente y el 36,8% siempre.

Tabla 16

Fortaleza ante las dificultades de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain

Cabana

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Insiste en conseguir objetivos a pesar de los obstáculos	5	2,3	42	19,1	55	25,0	63	28,6	55	15,0
Los fracasos no desaniman	25	11,4	22	10,0	61	27,7	63	28,6	49	22,3
Si comete un error lo resuelve y sigo adelante	2	0,9	27	12,3	49	22,3	56	25,5	86	39,1
Ser capaz de vencer los obstáculos para lograr lo que quiero	1	0,5	24	10,9	49	22,3	75	34,1	71	32,3
Ante una tarea difícil supera el desánimo.	1	0,5	27	12,3	47	21,4	88	40	57	25,9
Realiza sus actividades sin desanimarse	1	0,5	17	7,7	62	28,2	59	26,8	81	36,8

Nota: Se presenta la fortaleza ante la dificultad de los socios encuestados.

En general, se puede observar que la mayoría de los socios de la cooperativa demuestran fortaleza ante las dificultades, ya que la frecuencia más alta en cada ítem se encuentra en el porcentaje de "siempre". Sin embargo, también se identifica un porcentaje significativo de socios que no siempre demuestran esta fortaleza, ya que se encuentran en las categorías de "nunca" o "raras veces". Esto indica que aún hay margen de mejora en la capacidad de los socios para enfrentar y superar obstáculos.

4.1.1.7 Capacidad de asumir riesgos

En la Tabla 17 se observa el nivel de capacidad de asumir riesgos que muestran los socios de la Cooperativa, donde se aprecia que el 49,1 % de los encuestados presentan un nivel alto, siendo las mujeres el mayor

porcentaje (30,9 %); seguido de los encuestados con el 45,0 % con un nivel moderado. Se concluye que la mayoría de los socios presentan un nivel alto en la capacidad de asumir riesgos y son mujeres.

Tabla 17

Nivel de capacidad de asumir riesgos de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	f	%	F	%	f	%
Masculino	3	1,4	30	13,6	40	18,2
Femenino	10	4,5	69	31,4	68	30,9
Total	13	5,9	99	45,0	108	49,1

Nota: Se presenta el nivel de capacidad de asumir riesgos de los socios encuestados.

La tabla 18 muestra los resultados de la capacidad de asumir riesgos de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana. Los ítems desarrollados son los siguientes: "Sólo llevo a cabo una idea cuando tiene posibilidades de éxito", el 4.5% de los socios encuestados nunca llevan a cabo una idea cuando no tienen posibilidades de éxito, mientras que el 26.4% siempre lo hacen. "El riesgo no le asusta, siempre que lo pueda controlar", sólo el 0.5% de los socios encuestados no se asustan por el riesgo siempre que lo puedan controlar, mientras que el 29.5% siempre lo hacen. "Trata de identificar y calcular los riesgos al iniciar una acción", sólo el 1.6% de los socios encuestados nunca tratan de identificar y calcular los riesgos al iniciar una acción, mientras que el 19.5% siempre lo hacen.

Por otra parte, "Le agradan los desafíos y no teme en equivocarme", sólo el 0.5% de los socios encuestados no temen equivocarse y les agradan

los desafíos, mientras que el 31.4% siempre lo hacen. "Si ve que algo es incierto o arriesgado lo abandona" el 6.8% de los socios encuestados siempre abandonan algo si lo consideran incierto o arriesgado, mientras que el 22.7% nunca lo hacen. "No duda en afrontar y asumir riesgos calculados", el 1.8% de los socios encuestados nunca dudan en afrontar y asumir riesgos calculados, mientras que el 25.9% siempre lo hacen.

Tabla 18

Capacidad de asumir riesgos de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Sólo llevo a cabo una idea cuando tiene posibilidades de éxito	10	4,5	35	15,9	54	24,5	63	28,6	58	26,4
El riesgo no le asusta, siempre que lo pueda controlar	1	0,5	35	15,9	56	25,5	63	18,6	65	29,5
Trata de identificar y calcular los riesgos al iniciar una acción	4	1,6	22	10,0	81	36,6	70	31,8	43	19,5
Le agradan los desafíos y no teme en equivocarme	1	0,5	20	9,1	68	30,9	62	28,2	69	31,4
Si ve que algo es incierto o arriesgado lo abandona	15	6,8	34	15,5	71	32,3	50	22,7	50	22,7
No duda en afrontar y asumir riesgos calculados	4	1,8	23	10,5	70	31,8	66	30,0	57	25,9

Nota: Se presenta la capacidad de asumir riesgos de los socios encuestados.

En general, se puede observar que la mayoría de los socios encuestados muestran una capacidad de asumir riesgos en diferentes grados. Sin embargo, hay algunos ítems en los que se observa que hay un porcentaje significativo de socios que no están dispuestos a asumir riesgos o que abandonan una acción si la consideran incierta o arriesgada. Estos resultados pueden ser útiles para la cooperativa para identificar áreas de mejora en términos de la capacidad de asumir riesgos de sus socios.

4.1.1.8 Capacidad de toma de decisiones

En la Tabla 19 se observa el nivel de capacidad de toma de decisiones que muestran los socios de la Cooperativa, donde se aprecia que el 62,1 % de los encuestados presentan un nivel alto, siendo las mujeres el mayor porcentaje (38,6 %); seguido de los encuestados con el 30,9 % con un nivel moderado. Se concluye que la mayoría de los socios presentan un nivel alto en la capacidad de toma de decisiones y son mujeres.

Tabla 19

Nivel de capacidad de toma de decisiones de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	f	%	F	%	f	%
Masculino	6	2,7	15	6,8	52	23,6
Femenino	9	4,1	53	24,1	85	38,6
Total	15	6,8	68	30,9	137	62,3

Nota: Se presenta la capacidad de toma de decisiones de los socios encuestados.

La tabla 20 presenta los resultados de la dimensión "capacidad de toma de decisiones iniciativa de los socios" de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana. Los resultados se muestran para cada ítem. En cuanto a la capacidad de tomar decisiones prácticas, se observa que un 1,4% de los socios nunca lo hacen, mientras que un 30% siempre lo hacen y la mayoría de los socios (33,2%) toman decisiones usualmente.

En relación a gustar de tomar decisiones y asumirlas, un 1,4% de los socios nunca lo hacen, mientras que un 38,2% siempre lo hacen. La



mayoría de los socios (27,3%) lo hacen algunas veces. En la valoración de los pros y los contras en la toma de decisiones, un 0,9% de los socios nunca lo hacen, mientras que un 36,8% siempre lo hacen. La mayoría de los socios (27,3%) lo hacen algunas veces.

En cuanto a considerarse capaz de asumir decisiones, un 0,5% de los socios nunca lo hacen, mientras que un 39,5% siempre lo hacen. La mayoría de los socios (24,5%) lo hacen algunas veces. Así como, a elegir siempre lo más conveniente ante una decisión, ningún socio nunca lo hace, mientras que un 42,7% siempre lo hacen. La mayoría de los socios (22,3%) lo hacen algunas veces.

En cuanto a encontrar soluciones cuando surgen problemas, un 0,5% de los socios nunca lo hacen, mientras que un 17,3% siempre lo hacen. La mayoría de los socios (30,5%) lo hacen usualmente. Por tanto, se observa que la mayoría de los socios tienen una buena capacidad de toma de decisiones y muestran iniciativa. Sin embargo, aún hay un porcentaje significativo de socios que rara vez o nunca toman decisiones o no se consideran capaces de asumirlas.

Tabla 20

Dimensión capacidad de toma de decisiones iniciativa de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Ante decisiones prácticas	3	1,4	29	13,2	49	22,3	73	33,2	66	30,0
Gusta tomar decisiones y asumirlos	3	1,4	23	10,5	50	22,7	60	27,3	84	38,2
En la toma de decisiones valora los pros y los contras	2	0,9	22	10,0	60	27,3	55	25,0	81	36,8
Se considera capaz de asumir decisiones.	1	0,5	17	7,7	54	24,5	61	27,7	87	39,5
Ante una decisión siempre elije lo más conveniente	0	0,0	32	14,5	45	20,5	49	22,3	94	42,7
Cuando surgen problemas tiende a encontrar soluciones	1	0,5	38	17,3	67	30,5	56	25,5	38	17,3

Nota: Se presenta la capacidad de toma de decisiones de los socios encuestados.

4.1.1.9 Flexibilidad

En la Tabla 21 se observa el nivel de flexibilidad que muestran los socios de la Cooperativa, donde se aprecia que el 55,5 % de los encuestados presentan un nivel alto, siendo las mujeres el mayor porcentaje (34,1 %); seguido de los encuestados con el 38,2% con un nivel moderado. Se concluye que la mayoría de los socios presentan un nivel alto de flexibilidad y son mujeres.

Tabla 21

Nivel de flexibilidad de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	F	%	f	%	f	%
Masculino	3	1,4	23	10,5	47	21,4
Femenino	11	5,0	61	27,7	75	34,1
Total	14	6,4	84	38,2	122	55,5



Nota: Se presenta el nivel de flexibilidad de los socios encuestados.

La tabla 22 muestra los resultados de la flexibilidad de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana. Los ítems de la tabla se refieren a diferentes aspectos de la flexibilidad de los socios y se evalúan en una escala de frecuencia que va desde "nunca" hasta "siempre". En cuanto a soportar bien las situaciones confusas, se observa que el 5,5% de los socios nunca lo hace, el 16,8% lo hace raras veces, el 30,5% lo hace algunas veces, el 30% lo hace usualmente y el 17,3% lo hace siempre.

En relación a adaptar situaciones nuevas con facilidad, el 1,8% de los socios nunca lo hace, el 12,3% lo hace raras veces, el 31,8% lo hace algunas veces, el 27,7% lo hace usualmente y el 26,4% lo hace siempre. Así como, a unirse con gente que tiene ideas diferentes, el 1,4% de los socios nunca lo hace, el 12,3% lo hace raras veces, el 25,5% lo hace algunas veces, el 30,9% lo hace usualmente y el 30% lo hace siempre.

En cuanto, a discutir sus opiniones con otras personas, el 1,4% de los socios nunca lo hace, el 13,2% lo hace raras veces, el 30,5% lo hace algunas veces, el 26,8% lo hace usualmente y el 28,2% lo hace siempre. Y a admitir sus propios errores, el 2,3% de los socios nunca lo hace, el 12,7% lo hace raras veces, el 29,1% lo hace algunas veces, el 27,3% lo hace usualmente y el 28,6% lo hace siempre. Por último, en relación a adaptarse inmediatamente al cambio, el 0,5% de los socios nunca lo hace, el 9,1% lo hace raras

veces, el 30,9% lo hace algunas veces, el 30% lo hace usualmente y el 29,5% lo hace siempre. Estos resultados muestran la disposición de los socios de la cooperativa para ser flexibles en diferentes situaciones y su capacidad para adaptarse a cambios y opiniones diferentes.

Tabla 22

Flexibilidad de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Soporta bien las situaciones confusas	12	5,5	37	16,8	67	30,5	66	30,0	38	17,3
Adapta situaciones nuevas con facilidad	4	1,8	27	12,3	70	31,8	61	27,7	58	26,4
Se une con la gente que tiene ideas diferentes	3	1,4	27	12,3	56	25,5	68	30,9	66	30,0
Discute sus opiniones con otras personas	3	1,4	29	13,2	67	30,5	59	26,8	62	28,2
Capaz de admitir sus propios errores	5	2,3	28	12,7	64	29,1	60	27,3	63	28,6
Se adapta inmediatamente al cambio	1	0,5	20	9,1	68	30,9	66	30,0	65	29,5

Nota: Se presenta la flexibilidad de los socios encuestados.

4.1.1.10 Capacidad de aprendizaje

La tabla 23 muestra el nivel de capacidad de aprendizaje de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana, desglosado por sexo y nivel de capacidad. En general, se observa que la mayoría de los socios tienen un nivel de capacidad de aprendizaje moderado, con un 69,1% del total encuestado.

En cuanto al sexo, se observa que las mujeres tienen una proporción mayor de socios con nivel de capacidad de aprendizaje moderado (45,0%) en comparación con los hombres (24,1%). Por

otro lado, las mujeres también tienen una proporción mayor de socios con nivel de capacidad de aprendizaje bajo (21,8%) en comparación con los hombres (9,1%).

Es importante destacar que no se registraron socios con nivel de capacidad de aprendizaje alto en la encuesta. Esto podría ser un indicador de la necesidad de implementar programas de capacitación y formación para mejorar las habilidades de aprendizaje de los socios de la cooperativa.

Tabla 23

Nivel de capacidad de aprendizaje de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	20	9,1	53	24,1	0,0	0,0
Femenino	48	21,8	99	45,0	0,0	0,0
Total	68	30,9	152	69,1	0,0	0,0

Nota: Se presenta el nivel de capacidad de aprendizaje de los socios encuestados.

La tabla 24, muestra la capacidad de aprendizaje de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana. Los resultados indican que la mayoría de los socios encuestados tienen una actitud positiva hacia el aprendizaje y están dispuestos a aprender cosas nuevas. El 39,5% de los encuestados indicó que siempre les gusta aprender cosas nuevas, mientras que el 40% aprovecha todas las oportunidades para aprender. Además, la mayoría de los socios encuestados están interesados en ideas innovadoras y les gusta escuchar a las personas. El 34,5% indicó

que siempre le atraen las ideas innovadoras, mientras que el 35,9% siempre les gusta escuchar a las personas.

En general, los resultados indican que los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana tienen una actitud positiva hacia el aprendizaje y están dispuestos a aprender cosas nuevas y a escuchar a los demás. Esto es importante para el desarrollo y crecimiento de la cooperativa, ya que el aprendizaje continuo y la innovación son fundamentales para mantenerse competitivos en el mercado.

Tabla 24

Capacidad de aprendizaje en los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Le gusta prender nuevas cosas	0	0,0	25	11,4	51	23,2	57	25,9	87	39,5
Aprovecha todas las oportunidades para aprender	1	0,5	30	13,6	41	18,6	60	27,3	88	40,0
Le atraen las ideas innovadoras	0	0,0	27	12,3	44	20,0	73	33,2	76	34,5
Le gusta escuchar a las personas	2	0,9	23	10,5	46	20,9	70	31,8	79	35,9

Nota: Se presenta la capacidad de aprendizaje de los socios encuestados.

4.1.1.11 Organización y planificación

La importancia de la organización y planificación en la cooperativa COOPAIN radica en varios aspectos clave para el buen funcionamiento y éxito de la organización, por lo tanto, estos procesos facilitan al interior de la organización la eficiencia en la



asignación de recursos, es decir, una buena organización y planificación permite a la cooperativa asignar de manera eficiente los recursos disponibles, como el personal, el capital y los materiales. Esto ayuda a maximizar la productividad y minimizar los desperdicios, lo que a su vez contribuye a la rentabilidad y sostenibilidad de la cooperativa.

Por otra parte, la organización y planificación adecuada facilita la coordinación y el trabajo en equipo dentro de la cooperativa. Al establecer roles y responsabilidades claras, se evitan conflictos y se fomenta la colaboración entre los miembros de la cooperativa. Esto promueve un ambiente de trabajo armonioso y eficiente, donde todos trabajan hacia un objetivo común. Así como, permite a la cooperativa anticipar y adaptarse a los cambios del entorno empresarial. Esto es especialmente importante en un mercado competitivo y en constante evolución. Al tener una visión clara de los objetivos y un plan de acción bien definido, la cooperativa puede tomar decisiones informadas y rápidas para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que surjan.

Finalmente, una buena organización y planificación efectiva son fundamentales para alcanzar las metas y resultados deseados. Al establecer objetivos claros y medibles, la cooperativa puede monitorear su progreso y realizar ajustes si es necesario. Esto

ayuda a mantener el enfoque y la motivación de los miembros de la cooperativa, y a garantizar el logro de los resultados esperados.

Tabla 25

Nivel de organización y planificación de los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	5	2,3	22	10,0	46	20,9
Femenino	14	6,4	51	23,2	82	37,3
Total	19	8,6	73	33,2	128	58,2

Nota: Se presenta el nivel de organización y planificación de los socios encuestados

Según los resultados presentados, se puede observar que el nivel de organización y planificación de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana varía según el sexo. En cuanto a los socios masculinos, el 2,3% tiene un nivel bajo de organización y planificación, el 10% tiene un nivel moderado y el 20,9% tiene un nivel alto. Por otro lado, en el caso de las socias femeninas, el 6,4% tiene un nivel bajo de organización y planificación, el 23,2% tiene un nivel moderado y el 37,3% tiene un nivel alto (tabla 25). En general, se puede resumir que tanto los socios masculinos como las socias femeninas tienen un nivel alto de organización y planificación en la cooperativa, siendo este último grupo el que muestra un porcentaje más alto en este aspecto.

La tabla 26, presenta los resultados de la encuesta realizada a los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana sobre su organización y planificación en el trabajo. En la columna



"Ítems" se enumeran las diferentes afirmaciones relacionadas con la organización y planificación, mientras que en las columnas siguientes se muestra la frecuencia de respuesta de los encuestados en cada una de las opciones: nunca, raras veces, algunas veces, usualmente y siempre.

En general, se observa que la mayoría de los socios encuestados afirma que usualmente establecen prioridades cuando el trabajo se acumula (34,1%) y que siempre realizan sus actividades en los plazos establecidos (30,0%). También se destaca que la mayoría de los encuestados (26,4%) afirma que siempre les resulta fácil encontrar lo que buscan.

Por otro lado, se observa que el desorden pone nerviosos a un porcentaje significativo de los socios encuestados (30,9%), mientras que un porcentaje menor afirma que nunca le resulta fácil encontrar lo que busca (0,5%) o que nunca realiza sus actividades en los plazos establecidos (0,9%).

Tabla 26*Organización y planificación en los socios de la Cooperativa Agroindustrial Coopain**Cabana*

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Cuando el trabajo se acumula establece la prioridad	4	1,8	20	9,1	61	27,7	75	34,1	60	27,3
Siempre le resulta fácil encontrar lo que busca	1	0,5	38	17,3	59	26,8	58	26,4	64	29,1
Siempre realiza sus actividades en los plazos	2	0,9	33	15,0	59	26,8	60	27,3	66	30,0
Se organiza tareas en los plazos	5	2,3	33	15,0	55	25,0	67	30,5	60	27,3
El desorden le pone nervioso	6	2,7	29	13,2	68	30,9	51	23,2	66	30,0

Nota: Se presenta la organización y planificación de los socios encuestados.

Estos resultados evidencian que la mayoría de los socios de la cooperativa tienen habilidades de organización y planificación en su trabajo, aunque algunos pueden experimentar dificultades con el desorden. Estos hallazgos pueden ser útiles para la cooperativa en términos de identificar áreas de mejora en la organización y planificación de sus actividades.

4.1.1.12 Confianza en uno mismo

En la Tabla 27 se observa el nivel de confianza en uno mismo que muestran los socios de la Cooperativa, donde se aprecia que el 65,5 % de los encuestados presentan un nivel alto, siendo las mujeres el mayor porcentaje (42,7 %); seguido de los encuestados

con el 28,6% con un nivel moderado. Se concluye que la mayoría de los socios presentan un nivel alto de confianza en uno mismo y son mujeres.

Tabla 27

Nivel de confianza en uno mismo de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

Sexo	Bajo		Moderado		Alto	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	4	1,8	19	8,6	50	22,7
Femenino	9	4,1	44	20,0	94	42,7
Total	13	5,9	63	28,6	144	65,5

Nota: Se presenta el nivel de confianza de los socios encuestados.

La tabla 28 muestra los resultados de la encuesta sobre la confianza en uno mismo de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana. En general, se observa que la mayoría de los socios encuestados tienen confianza en sí mismos, ya que el porcentaje de respuestas "siempre" es alto en todos los ítems. En cuanto a la posee vitalidad en el desarrollo de sus actividades, se observa que un 31,8% de los socios siempre tienen vitalidad en el desarrollo de sus actividades, mientras que un 10,5% rara vez la tienen.

En el ítem de ser una persona capaz de asumir responsabilidad, se observa que un 34,5% de los socios siempre se consideran capaces de asumir responsabilidad, mientras que un 11,4% rara vez lo hacen. En cuanto a tener confianza en sí mismo, se observa que un 48,2% de los socios siempre tienen confianza en sí mismos, mientras que un 10% rara vez lo tienen.

En el ítem de tener facilidad para convencer a los demás, se observa que un 34,1% de los socios siempre tienen facilidad para convencer a los demás, mientras que un 13,2% rara vez lo hacen. Por último, en el ítem de no temer a las consecuencias de sus decisiones, se observa que un 44,1% de los socios siempre toman decisiones sin temer a las consecuencias, mientras que un 12,7% rara vez lo hacen. A la luz de los resultados, se puede decir que los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana tienen una buena confianza en sí mismos y una actitud positiva hacia la asunción de responsabilidades y la toma de decisiones.

Tabla 28

Confianza en uno mismo de los socios de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

Ítems	Frecuencia									
	Nunca		Raras veces		Algunas veces		Usualmente		Siempre	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Posee vitalidad en el desarrollo de sus actividades	2	0,9	23	10,5	64	29,1	61	27,7	70	31,8
Es una persona capaz de asumir responsabilidad	1	0,5	25	11,4	59	26,8	59	26,8	76	34,5
Tiene confianza en sí misma	1	0,5	22	10,0	39	17,7	52	23,6	106	48,2
Tiene facilidad para convencer a los demás	4	1,8	29	13,2	55	25,0	57	25,9	75	34,1
No teme a las consecuencias de sus decisiones.	3	1,4	28	12,7	49	22,3	43	19,5	97	44,1

Nota: Se presenta la confianza de los socios encuestados.



4.1.2 Factores externos a la organización COOPAIN Cabana

4.1.2.1 Estimación de los factores externos

En la tabla 29 se presentan los resultados de la estimación del factor externo de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana en diferentes dimensiones: oportunidades de la demanda, créditos privados y apoyo gubernamental, equipamiento técnico-productivo, red empresarial y global.

En cuanto al equipamiento técnico-productivo, se observa que el 92.3% de los socios encuestados consideran esta dimensión como favorable. Esto significa que la cooperativa cuenta con tecnologías y equipamiento adecuados que les permiten aumentar la especialización en el trabajo, automatizar la producción y reducir costes. Esto implica una mejora en la productividad y la posibilidad de buscar nuevos mercados o formas de negocio. Sin embargo, es importante destacar que si existen barreras que impiden el acceso a nuevas tecnologías, esto puede limitar el crecimiento de las empresas, especialmente las pequeñas (Blázquez, Dorta, et al., 2006)

En cuanto a los créditos privados y apoyo gubernamental, se observa que el 82.7% de los socios encuestados consideran esta dimensión como desfavorable. Esto indica que la cooperativa enfrenta dificultades para obtener financiamiento externo, lo cual puede ser una restricción importante para su crecimiento. La asimetría de información entre prestamistas y prestatarios justifica

la existencia de una prima en el coste de los recursos externos, lo cual puede dificultar el acceso a créditos privados. Sin embargo, se ha observado que las ayudas públicas, como las subvenciones, pueden tener un efecto positivo en el riesgo financiero de las Pymes y en su capacidad de devolución de la deuda. A pesar de esto, existe polémica sobre la conveniencia del intervencionismo del Estado en la economía, ya que las ayudas públicas pueden generar ineficiencias en la producción y en el mercado (García-García, 2015).

Tabla 29

*Estimación del factor externo de la Cooperativa Agroindustrial
COOPAIN Cabana*

Dimensiones	Desfavorable		Regular		Favorable	
	f	%	f	%	f	%
Oportunidades de la demanda	2	0,9	23	10,5	195	88,6
Créditos privados y apoyo gubernamental	182	82,7	36	16,4	2	0,9
Equipamiento técnico – productivo	2	0,9	15	6,8	203	92,3
Red empresarial	2	0,9	19	8,6	199	90,5
Global	2	0,9	17	7,7	201	91,4

Nota: Se presenta el factor externo de los socios encuestados.

En resumen, los resultados indican que la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana cuenta con un equipamiento técnico-productivo favorable, lo cual les permite mejorar su productividad y buscar nuevas oportunidades de negocio. Sin embargo, enfrentan dificultades para obtener créditos privados y

apoyo gubernamental, lo cual puede ser una restricción para su crecimiento.

4.1.2.2 Oportunidades de la demanda

La importancia de cada factor en la estimación de los factores externos de una cooperativa puede variar según el contexto y las necesidades específicas de la organización. Sin embargo, el factor de oportunidades de la demanda, se refiere a las posibilidades de mercado y demanda que existen para los productos o servicios de la cooperativa. Es importante evaluar esta dimensión ya que las oportunidades de mercado pueden influir en la capacidad de la cooperativa para generar ingresos y crecer. Una demanda favorable puede indicar un mercado en crecimiento y mayores posibilidades de ventas.

Tabla 30

Oportunidades de la demanda de los socios de la Cooperativa

Agroindustrial COOPAIN Cabana

Sexo	Desfavorable		Regular favorecimiento		Favorable	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	1	0,5	5	2,3	66	30,0
Femenino	1	0,5	18	8,2	129	58,6
Total	2	0,9	23	10,5	195	88,6

Nota: Se presenta las oportunidades de la demanda a favor de la cooperativa.

En la Tabla 30 se observa que los encuestados calificaron las oportunidades de la demanda como bueno (88,6 %), y son las mujeres el mayor porcentaje (58,6 %); seguido del 10,5% de los socios que calificaron como regular favorecimiento. Se concluye



que las oportunidades de la demanda favorecieron para el desarrollo de la Cooperativa.

Al respecto el especialista entrevistado, señala que la oportunidad de la demanda del producto se encontraba el comercializar un producto organizado, con todas las certificaciones, que garanticen el posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

Nosotros hablamos de una producción orgánica con todas las certificaciones, no hacemos otro tipo de aplicaciones de productos solamente es orgánico y eso yo..... creo que eso m..... nos ha permitido posicionarnos como organización y ahora se hablan del modelo asociativo y todo ello yo creo que los productos se han asociado para esto; entonces como cooperativa estamos hablando del 2010 hasta la actualidad de 600 socios que están dentro de la cooperativa y casi 580 que son los que están en producción orgánica (E001, 2023).

Sin embargo, mantener el estatus de quinua orgánica tanto para atender a los clientes del mercado nacional e internacional, requieren mucho esfuerzo, así lo precisa el entrevistado:

...las expectativas de algunos clientes nacionales e internacionales por la calidad del producto por lo que es orgánico y al ser orgánico es realmente costoso, no es hablar yo no uso agroquímicos y punto; si no es toda una certificación y que cada año hay que pasar y tampoco es barato el costo de la certificación



estamos hablando alrededor de 10 mil dólares y cada año hay que pagar eso , entonces yo creo eso lo que mantiene al productos y más que todo es la identidad del productor, si no hubiera sido la identidad del productor ninguna organización estaría en esto y no tendría la sostenibilidad en el tiempo (E001, 2023).

El posicionamiento de la cooperativa en el mercado internacional, y se encuentra en diversos países:

...está bien posicionada, a nivel nacional no mucho, pero a nivel internacional si está reconocida como producto terminado, donde nuestro principal mercado es Francia, EE. UU, Italia, Japón y china con 265 toneladas con un 80 % en quinua blanca un 15% en quinua negra y un 5% quinua roja, donde más se prioriza la venta de quinua blanca por el sello social del comercio justo, donde el parámetro es que el precio no puede bajar de 2.60 dólares (E002, 2023).

De las entrevistas se puede interpretar que la cooperativa COOPAIN se ha enfocado en producir y comercializar quinua orgánica certificada para satisfacer la demanda del mercado nacional e internacional. Sin embargo, esta certificación es costosa y requiere de un esfuerzo constante para mantenerla, lo que demuestra el compromiso de la cooperativa con la calidad del producto y la identidad del productor. A pesar de los costos, la cooperativa ha logrado posicionarse en el mercado internacional, especialmente en países como Francia, EE. UU, Italia, Japón y

China, y ha priorizado la venta de quinua blanca bajo el sello social del comercio justo. En resumen, estas entrevistas muestran la importancia que tiene para la cooperativa la producción y comercialización de quinua orgánica certificada, y cómo esto ha permitido su posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

4.1.2.3 Créditos privados y apoyo gubernamental

En relación a los créditos privados y apoyo gubernamental, se detalla la disponibilidad de financiamiento y apoyo gubernamental para la cooperativa. Es importante evaluar esta dimensión ya que el acceso a créditos y el apoyo gubernamental pueden proporcionar recursos financieros y asistencia técnica que son fundamentales para el desarrollo y crecimiento de la cooperativa.

Tabla 31

Créditos privados y apoyo gubernamental de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

Sexo	Desfavorable		Regular favorecimiento		Favorable	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	62	28,2	10	4,5	1	0,5
Femenino	120	54,5	26	11,8	1	0,5
Total	182	82,7	36	16,4	2	0,9

En la Tabla 31 se observa que los encuestados calificaron los créditos privados y apoyo gubernamental como desfavorable (82,7 %), y son las mujeres el mayor porcentaje (54,5 %); seguido del 16,4% de los



socios que calificaron como regular favorecimiento. Se concluye que los créditos privados y apoyo gubernamental es desfavorable.

En la entrevista realizada, al respecto se planteó lo siguiente:

el Estado no da las facilidades te pone ciertas trabas en cuestión de documentos se demora más de tres años para algunos planes de negocio no hay,,,,,, yo creo que aquí lo privado siempre tiene que ir adelante y se hace algunas alianzas estratégicas con algunas entidades (E001, 2023).

En la entrevista, se menciona que el Estado no brinda las facilidades necesarias y pone obstáculos en cuanto a la obtención de documentos, lo cual retrasa la implementación de planes de negocio, llegando a demorar más de tres años en algunos casos. Además, se destaca la falta de apoyo por parte del Estado en este aspecto.

El entrevistado expresa su creencia de que, en este contexto, el sector privado siempre debe avanzar y buscar alianzas estratégicas con algunas entidades para poder llevar a cabo sus proyectos de negocio. Esto sugiere que el entrevistado considera que la iniciativa privada es más eficiente y efectiva en comparación con la intervención del Estado.

4.1.2.4 Equipamiento técnico – productivo

La dimensión de equipamiento técnico-productivo, se refiere a la calidad y disponibilidad de los equipos y tecnología utilizados en los procesos productivos de la cooperativa COOPAIN. La importancia de conocer esta dimensión radica en que un buen equipamiento técnico-

productivo puede mejorar la eficiencia y productividad de la cooperativa, lo que a su vez puede contribuir a la generación de mayores ingresos y competitividad en el mercado.

Tabla 32

Equipamiento empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN

Cabana

Sexo	Desfavorable		Regular favorecimiento		Favorable	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	0	0,0	6	2,7	66	30,0
Femenino	2	0,9	9	4,1	137	62,3
Total	2	0,9	15	6,8	203	92,3

Nota: Se presenta el equipamiento empresarial de la cooperativa.

En la Tabla 32 se observa que los encuestados calificaron el equipamiento empresarial de la Cooperativa como bueno (92,3 %), y son las mujeres el mayor porcentaje (62,3 %); seguido del 6,8% de los socios que calificaron como regular. Se concluye que el equipamiento empresarial favorece el desarrollo de la Cooperativa.

Al respecto uno de los entrevistados nos refiere lo siguiente:

...la asistencia técnica a los productores si o si, eso debe ser continuo no tenemos apoyo de ninguna otra entidad y ni del estado, yo creo quien asume es la propia cooperativa con su personal y creo que la capacitación como le digo es muy importante y habrá que buscar algunos tipos de proyectos (E001, 2023).

El testimonio del entrevistado está expresando la importancia de la asistencia técnica continua a los productores, ya que no reciben apoyo de

ninguna otra entidad o del estado. Él cree que la cooperativa debe asumir esta responsabilidad con su propio personal y que la capacitación es crucial para mejorar la productividad y la calidad de los productos. Además, sugiere la necesidad de buscar proyectos que puedan ayudar a mejorar la situación de los productores. Finalmente, el entrevistado enfatiza la importancia de la asistencia técnica y la capacitación para el desarrollo de los productores y la necesidad de buscar soluciones innovadoras para mejorar su situación.

4.1.2.5 Red empresarial con la ONG Veco Andino

Esta dimensión se refiere a las relaciones y colaboraciones que la cooperativa COOPAIN tiene con otras empresas y organizaciones en su entorno. Es importante evaluar esta dimensión ya que una red empresarial sólida puede proporcionar oportunidades de colaboración, acceso a nuevos mercados, intercambio de conocimientos y recursos, lo que puede beneficiar el crecimiento y desarrollo de la cooperativa.

Tabla 33

Red empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

Sexo	Desfavorable		Regular favorecimiento		Favorable	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	0	0,0	5	2,3	67	30,5
Femenino	2	0,9	14	6,4	132	60,0
Total	2	0,9	19	8,6	199	90,5

Nota: Se presenta la red empresarial de la cooperativa.

En la Tabla 33 observa que los encuestados calificaron que la red empresarial es favorable (90,5 %), y son las mujeres el mayor porcentaje (60,0 %); seguido del 8,6% de los socios que calificaron como regular



favorecimiento. Se concluye que la red empresarial favorece el desarrollo de la Cooperativa.

4.1.2.6 Modelo de gestión empresarial

Los entrevistados manifiestan que el modelo de gestión empresarial incorporado en la cooperativa a permitido posicionarse en el mercado nacional e internacional.

En el primer rango arriba esta la asamblea general que está conformada por los socios que está compuesta por 600 socios, después está en el segundo rango está el consejo de administración y en el tercero estas el consejo de vigilancia y el gerente general y abajo esta administración y..... más abajito esta tesorería y área de contabilidad, producción orgánica está compuesto por el área de calidad, jefe de planta, área de almacén el grupo STC que son los técnicos de campo y eso es todo (E002, 2023).

Así mismo, la elección de los directivos con una participación democrática ha contribuido con el desarrollo de la empresa.

Según nuestro estatuto después de dos o 3 años podría volver a participar en las elecciones, pero no es inmediato yo por decir deje de ser presidente y culmino y al año siguiente e inmediatamente vas a ser presidente, así no es el modelo cooperativo, tiene que pasar dos años a tres años para volver a participar en las elecciones (E001, 2023).

Cómo le decía eh..... más antes cuando erábamos organización cada dos años se cambiaba sin embargo con el modelo cooperativo las elecciones



son por tercios , cada año se eligen los tercios hay compañeros que entran para tres años, para dos y un año y la cooperativa tiene dos consejos y tres comités ; consejo de administración, consejo de vigilancia y el comité de educación y el comité electoral que si o si cualquier cooperativa cuando se forma tienen eso sin embargo la cooperativa tiene un comité más que es el de producción orgánica (E001, 2023).

Resaltan el modelo de gestión empresarial y la participación activa de los socios.

Si eh..... si como les decía para obtener los sellos tenemos que cubrir criterios y uno de criterios es la organización para planta, que debemos de tener un área de almacén si o si..... un grupo de calidad, un jefe de planta un gerente de producción orgánica, entonces eso es un procedimiento. Si nosotros respetamos ese proceso estamos obteniendo y manteniendo el sello de representación eh..... entonces si nos apoya bastante y no solo eso sino estamos con lo de SENASA (E002, 2023).

Así como digo no todas las personas son el recurso humano a todo nivel, no todos pensamos igual, sin embargo, quisiéramos que todos empujen el coche en un solo sentido, pero siempre hay debilidades y como le digo hay que ir planificando y creo que con todo ello se ha ido mejorando. de aquí para adelante tiene que ser transparente todas las informaciones y eso creo que permite eh..... a la cooperativa y cualquier otra empresa poder ir adelante, si las cosas no son transparentes yo creo q muy difícil podríamos trabajar y dentro de ello eso pues el modelo cooperativo habla de principios y valores y esos valores de responsabilidad, respeto,



puntualidad y si no cumplimos de que desarrollo podríamos hablar; entonces yo creo que el modelo cooperativo se rige a los principios y valores no solamente del productor, sino los trabajadores, los directivos ósea todos los que están involucrados dentro de la cooperativa (E001, 2023).

En las entrevistas realizadas se destaca la importancia de la certificación orgánica y de la identidad del productor para el posicionamiento de la cooperativa en el mercado nacional e internacional. Se menciona que la producción orgánica con todas las certificaciones garantiza el éxito en el mercado, pero también implica un costo elevado para mantener el estatus de quinua orgánica. A pesar de esto, la cooperativa ha logrado posicionarse en diversos países, en especial en Francia, EE. UU, Italia, Japón y China, gracias a la venta de quinua blanca con el sello social del comercio justo. En resumen, las entrevistas señalan que el éxito de la cooperativa se basa en la producción orgánica certificada, la identidad del productor y el comercio justo.

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS

El procesamiento para el análisis de datos utilizado fue a través de estadístico de Spearman, el cual, es un método estadístico que facilitó analizar la relación entre dos variables y determinar si existe una correlación entre ellas. El método de Spearman se utilizó para la prueba de hipótesis en razón de que las variables de estudio no siguen una distribución normal y algunas de ellas son de tipo ordinal. Los rangos que se utilizaron para calcular el coeficiente de correlación de Spearman, que va desde -1 hasta 1.



Un coeficiente de correlación de Spearman de 1 indica una correlación positiva perfecta, lo que significa que a medida que una variable aumenta, la otra también lo hace en la misma proporción. Por otro lado, un coeficiente de -1 indica una correlación negativa perfecta, lo que significa que a medida que una variable aumenta, la otra disminuye en la misma proporción. Un coeficiente de 0 indica que no hay correlación entre las variables. También se realizó un análisis de significancia para determinar si la correlación observada es estadísticamente significativa.

4.2.1. Contrastación de hipótesis específica 1

Ha: Los factores internos como la experiencia previa en emprendimiento, las habilidades en la formación empresarial y la motivación personal *están* asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.

Ho: Los factores internos como la experiencia previa en emprendimiento, las habilidades en la formación empresarial y la motivación personal *No están* asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.

El cálculo de coeficiente de correlación de Spearman

Formula de correlación de Rho de Spearman:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

n = número de puntos de datos de las dos variables

di = diferencia de rango del elemento “n”

El Coeficiente Spearman, ρ , puede tomar un valor entre +1 y -1 donde,

- Un valor de +1 en ρ significa una perfecta asociación de rango
- Un valor 0 en ρ significa que no hay asociación de rangos
- Un valor de -1 en ρ significa una perfecta asociación negativa entre los rangos.

Si el valor de ρ se acerca a 0, la asociación entre los dos rangos es más débil.

Tabla 34

Correlación de los factores internos con el emprendimiento empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

			Factores internos	Emprendimiento empresarial
Rho de Spearman	Factores internos	Coefficiente de correlación	1.000	0.958**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	220	220
	Emprendimiento empresarial	Coefficiente de correlación	0.958**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	220	220

Nota. ** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 34 se observa la correlación de Rho de Spearman entre los factores internos y el emprendimiento empresarial, donde existe correlación positiva alta ($r_s = 0.958$), lo cual permite inferir que los factores internos como la experiencia previa en emprendimiento, las habilidades en la formación empresarial y la motivación personal están asociados al emprendimiento

empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

4.2.2. Contrastación de hipótesis específica 2

H_a : Los factores externos como el acceso a financiamiento, el apoyo gubernamental y la infraestructura adecuada *están* asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana.

H_0 : Los factores externos como el acceso a financiamiento, el apoyo gubernamental y la infraestructura adecuada *No están* asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

El cálculo de coeficiente de correlación de Spearman

Formula de correlación de Rho de Spearman:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

n = número de puntos de datos de las dos variables

d_i = diferencia de rango del elemento “ n ”

El Coeficiente Spearman, ρ , puede tomar un valor entre +1 y -1 donde,

- Un valor de +1 en ρ significa una perfecta asociación de rango
- Un valor 0 en ρ significa que no hay asociación de rangos
- Un valor de -1 en ρ significa una perfecta asociación negativa entre los rangos.

Si el valor de ρ se acerca a 0, la asociación entre los dos rangos es más débil.

Tabla 35

Correlación de los factores externos con el emprendimiento empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana

			Factores externos	Emprendimien to empresarial
Rho de Spearman	Factores externos	Coefficiente de correlación	1.000	0.394**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	220	220
	Emprendimient o empresarial	Coefficiente de correlación	0.394**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	220	220

Nota. ** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 35 se observa la correlación de Rho de Spearman entre los factores externos y el emprendimiento empresarial, donde existe correlación positiva alta ($r_s = 0.394$), lo cual permite inferir que los factores externos como el acceso a financiamiento, el apoyo gubernamental y la infraestructura adecuada están asociados al emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

4.3. DISCUSIÓN

En relación a los factores del emprendimiento empresarial los socios de la cooperativa ponderaron que ambos son de suma importancia para el desarrollo de la empresa, sin embargo, estos hallazgos difieren con lo encontrado con Duplex &



D'Annunzio (2018), donde “concluyó que los emprendedores identifican más factores internos que externos, pero esto no necesariamente implica que sean menos importantes para analizar lo sucedido” (p. 275).

Respecto a los factores internos, la iniciativa empresarial de los socios de la cooperativa se encontró un nivel alto en la mayoría, con esta tendencia podemos afirmar que este factor es sumamente importante porque permitió que las actividades económicas realizadas por diversos socios, con la finalidad de introducir en el mercado un producto requerido en el mercado ha permitido el desarrollo y crecimiento económico de la empresa y un impacto en la región. Por lo tanto, es importante que los actores interactúen en la formación de la cultura emprendedora, especialmente los jóvenes.

Las iniciativas para incrementar la tasa de actividad emprendedora pueden tener éxito a través de la educación, pues la formación en emprendimiento fomenta el autoestima y confianza en el emprendedor, además lo dota de herramientas para interactuar con el contexto y poner en marcha su negocio (Albornoz et al., 2021).

En esa línea, el estudio realizado por Sánchez et al. (2017) en la cual identifican la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes, detectó que las percepciones que tienen los jóvenes sobre los actores que interactúan en la formación de la cultura emprendedora, se encuentra que al menos en la escuela en donde se realizó el estudio el modelo educativo presenta limitaciones y, por tanto, no alcanza sus objetivos en materia de emprendimiento (p. 80), requiriendo una formación integral, para aquellos que no perciben que la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor sean aprendidos o en su caso desarrollados.

Otro factor interno es la capacidad de asumir riesgos, donde los socios presentan una puntuación alta, con esta tendencia, podemos afirmar que esta fortaleza mostrada por



los socios de la cooperativa ha permitido hacer frente a las oportunidades de la demanda, y también a ser proactivos en situaciones de fracasos. Especialmente en las mujeres socias. La investigación de Jordán et al. (2016) resalta la incorporación del análisis de la capacidad emprendedora en consideración al género, como variable que genera diferencia significativa en el estudio, donde el género masculino tiene una media de capacidad del 80.7, cuyo valor es mayor que el de las mujeres las cuales tienen como resultado una capacidad del 70.4.

Por otra parte, las capacidades de los emprendedores que se destacan son propias de emprendimientos por necesidad, dado que las capacidades como creatividad e innovación, liderazgo, capacidad para arriesgarse y trabajo en equipo es indispensables en el perfil de emprendedores por oportunidad, “la percepción de la habilidad para detectar y aprovechar oportunidades para la mejora de los resultados” (Albornoz et al., 2021, p. 18).

El factor confianza en uno mismo que presentan en un nivel alto los socios de la cooperativa, permiten afirmar que la autoestima para el logro del éxito empresarial, juegan un papel importante en el desarrollo empresarial. Estos hallazgos coinciden con lo encontrado por Casimiro et al. (2019) donde el 59,4% tiene una adecuada confianza en sí mismo. Ello impulsado porque el emprendedor actúa con determinación cuando su motivación interior le impulsa a alcanzar una meta u objetivo, de manera voluntaria, con perseverancia y pasión (Albornoz et al., 2021).

Entre los factores externos se encuentran, la oportunidad de la demanda del producto de la quinua, donde se identificó como favorable este factor, ya que permitió que la cooperativa logre el desarrollo y posicionamiento en el mercado nacional e internacional. Cabe precisar que la cooperativa ha logrado el reconocimiento



internacional por la exportación de quinua orgánica, obteniendo así una serie de certificaciones. Sin embargo, mantener el estatus de quinua orgánica tanto para atender a los clientes del mercado nacional e internacional, requieren mucho esfuerzo e inversión.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: El alto nivel de iniciativa, fortaleza ante las dificultades, capacidad de asumir riesgos, capacidad de toma de decisiones, flexibilidad, capacidad de aprendizaje, organización y planificación, y confianza en uno mismo influyen en el emprendimiento empresarial en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN - Cabana.

SEGUNDA: El crecimiento empresarial de la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN - Cabana se ve favorecido por las oportunidades de la demanda, créditos privados y apoyo gubernamental, equipamiento técnico - productivo y la red empresarial.

TERCERA: Existe correlación positiva baja los factor de oportunidades de la demanda ($r=0,361$), créditos privados y apoyo gubernamental ($r=0,392$), equipamiento técnico – productivo ($r=0,355$) y la red empresarial ($r=0,361$) en la Cooperativa Agroindustrial Coopain Cabana.



VI. RECOMENDACIONES

Al Estado

- Se recomienda a las instituciones del Estado que puedan contribuir con la formación de nuevos emprendimientos en las zonas de producción agrícola, como una oportunidad para los jóvenes y población vulnerable.
- Que se genere proyectos productivos que contribuyan a fortalecer las capacidades de los productores agropecuarios, y mejoren la cadena productiva.
- Que incentiven a las cooperativas con facilidades arancelarias, impuestos entre otros.

A la Cooperativa

- Que fortalezca la capacitación técnica de sus socios para lograr entrar a otros mercados internacionales con la quinua orgánica.
- Que implemente tecnología en los procesos de producción para lograr la competitividad internacional.
- Que motive a los socios para que estos contribuyan con el desarrollo empresarial, y admitan bajo ciertos estándares de calidad de la quinua orgánica.
- Que se de oportunidades a los jóvenes de la zona para que puedan lograr su emprendimiento empresarial.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albornoz, N., Contreras, J. C., Espinosa, J. F., & Sotelo, M. E. (2021). Capacidades emprendedoras en población de la base de la pirámide en Cúcuta, Colombia. *Contaduría y Administración*, 66(1), 1–23. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2188>
- Alegria, K. (2019). *Factores del Emprendimiento Empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires -Trujillo 2019*.
- Alesina, L., Berton, M., Mascheroni, P., Moreira, N., Picasso, F., Ramírez, J., & Rojo, V. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial* (Universidad de la República (ed.); 1ra ed.). www.universidadur.edu.uy/bibliotecas/dpto_publicaciones.htm
- Aliaga, L., Tisnado, M., & Ordoñez, E. (2015). *Estudio de análisis de la iniciativa empresarial de las mujeres del distrito de Mollendo - provincia de Islay Arequipa 2015*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/2774>
- Álvarez, C., & Cáceres, M. P. (2017). *Emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (Capítulo Arequipa), 2017* [Tesis de Licenciatura. Universidad Católica San Pablo]. http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15388/1/ALVAREZ_VALLE_ANA_DIA.pdf
- Amaru, A. (n.d.). *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios* (D. G. Pearson (ed.)).
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios* (Pearson Educación (ed.); 1ra ed.).



<https://biblioteca.istrfa.edu.pe/admin/img/pdf/Administración> para
emprendedores - Antonio C. Amaru M..pdf

Arango, J. (2022). Factores determinantes de la consolidación empresarial: un enfoque integrador desde el emprendedor, la empresa y el entorno. *Contaduría y Administración*, 67(2), 91–117.
<http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/2981>

Becerra, F. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: Aproximación teórica. *Innovar*, 18(32), 27–46.

Benítez, L. (2017). *Metodología de la investigación social II* (CENGAGE Learnig (ed.); 1ra ed.).

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Pearson Educación

Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial, especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, 16(28), 43–56.
<https://www.redalyc.org/pdf/818/81802804.pdf>

Blázquez, F., Velázquez, J. A., & Verona, M. C. (2006). Factores del crecimiento empresarial: Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, 16(28), 43–56.
<http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/19394>

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In Greenwood Press (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–58).
<https://doi.org/10.4324/9780429494338>

Camilletti, A., Guidini, J., Herrera, A., Martí, J. P. (Coordinador), Soria, C., Torrelli, M.,



- & Silveira, M. (2005). Cooperativas de trabajo en el Cono Sur. Matrices de surgimiento y modelos de gestión. *Unicoorp*, 3(1), 32–56. <https://core.ac.uk/download/pdf/296377493.pdf>
- Cañar, J., & Hidalgo, A. A. (2021). Modelos de gestión empresarial centrados en la innovación como ventaja competitiva. Una mirada a las PYMES de Manta. *Polo Del Conocimiento: Revista Científico - Profesional*, 6(3), 2165–2189. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2498>
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*. San Marcos
- Casimiro, W. H., Casimiro, C. N., & Casimiro, J. F. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 61–69. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-265.pdf>
- Charrez, N. (2019). *Factores socioculturales que influyen en la participación de la mujer rural en la Cooperativa Agroindustrial COOPAIN Cabana del Distrito de Cabana-2018*. Universidad Nacional del Altiplano.
- Davis, K., & Moore, W. E. (1944). Some principles of stratification. *American Sociological Review*, 10(2), 1–5. <https://doi.org/10.4324/9780429494468-2>
- Delfín, F., & Acosta, P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 40, 1–19. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>
- Diez-Farhat, S., Vargas Valdiviezo, M. A., & Acosta Ramírez, N. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 334–348. <https://doi.org/10.52080/rvg93.23>



- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, XV(43), 326–331. <https://doi.org/10.22517/23447214.2275>
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2019). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Emprendimiento En Cali*, XV(43), 326–331. <https://doi.org/10.2307/j.ctvj7wpps.10>
- Dupleix, M. D., & D'Annunzio, C. (2018). El éxito del fracaso: casos de discontinuidad de iniciativas empresariales jóvenes en el sector de software y servicios informáticos. *Estudios Gerenciales*, 34(148), 262–278. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.148.2646>
- Elizundia, E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración* 60, 60, 468–485.
- Fuentes, F., & Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 696.
- García-García, V. D. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221–1236. <https://doi.org/10.11600/1692715x.13246200315>
- García-Macias, M. A., Zerón-Félix, M., & Sánchez-Tovar, Y. (2017). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88–103. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27121>
- García, V. (2015). Emprendimiento empresarial juvenil: una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221–1236. <https://doi.org/10.11600/1692715x.13246200315>



- González, S., Quispe, S., & Watanabe, J. (2015). *La mujer empresaria en la Región Puno (tesis de maestría)*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8851>
- Granovetter, M. (2018). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *The Sociology of Economic Life, Third Edition*, 91(3), 22–45.
<https://doi.org/10.4324/9780429494338>
- Guerrero, L., Gómez, E., & Armenteros, M. (2014). Mujeres emprendedoras: similitudes y diferencias entre las ciudades de torreón y saltillo, coahuila. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 7, 77–90.
- Guzmán-Bautista, J. H. (2013). Competitividad de la quinua perlada para exportación: el caso de Puno. *Ingeniería Industrial*, 31, 91–112.
<https://doi.org/10.26439/ing.ind2013.n031.14>
- Hernán, C., Campo, G., Julián, É., & Albarracín, G. (2008). Modelo de Emprendimiento en Red – MER. Aplicación de. *Revista Latinoamericana de Administración*, 40, 13–31. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71612100003.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta. In *Mc Graw Hill* (Issue México).
- IICA/Inia. (2015). El mercado y la producción de quinua en el Perú. In Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (Ed.), *El mercado y la producción de quinua en el Perú*.
<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/2652/BVE17038730e.pdf;jsessionid=E25B09773975A1D90721990CAD66F2B9?sequence=1>
- Jordán, J., Serrano, B., Pacheco, A., & Brito, L. (2016). Capacidad emprendedora desde



la perspectiva de género. *Opción*, 32(81), 238–261.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5919079>

Khursheed, A., Fatima, M., Mustafa, F., Lodhi, R. N., & Akhtar, A. (2021). An Empirical Analysis of the Factors Influencing Social Entrepreneurship: A Gendered Approach. *Cuadernos de Gestion*, 21(2), 49–62.
<https://doi.org/10.5295/cdg.201320ak>

León-Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19–33. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>

Londoño, L. (2014). *Mujeres empresarias generadoras de innovación en Colombia: 3 historias de vida*. Universidad Militar Nueva Granada.

Lupiañez, L., Priede, T., & López-Cózar, C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española*, 3048, 55–63.
https://www.researchgate.net/profile/Luis_Lupianez/publication/325049373_EL_EMPRENDIMIENTO_COMO_MOTOR_DEL_CRECIMIENTO_ECONOMICO/links/5af33a730f7e9b026bc9e8e4/EL-EMPRENDIMIENTO-COMO-MOTOR-DEL-CRECIMIENTO-ECONOMICO.pdf

Lupiañez, L., Priede, T., & López, C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española*, 3048, 55–63. https://www.researchgate.net/profile/Luis-Lupianez/publication/325049373_EL_EMPRENDIMIENTO_COMO_MOTOR_DEL_CRECIMIENTO_ECONOMICO/links/5af33a730f7e9b026bc9e8e4/EL-EMPRENDIMIENTO-COMO-MOTOR-DEL-CRECIMIENTO-



ECONOMICO.pdf

- Marulanda, F., & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Esc. Adm.Neg*, 81, 12–28. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Mendoza, J., & Leasaski, D. (2010). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. *Pensamiento Crítico*, 13, 57–70. <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/econo/article/view/9000>
- Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnicas de data mining. *TEC Empresarial*, 9(1), 30. <https://doi.org/10.18845/te.v9i1.2206>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). *Análisis Económico de la Producción Nacional de la Quinoa*. [https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/359/1/Boletin de Quinoa FINAL.pdf](https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/359/1/Boletin%20de%20Quinoa%20FINAL.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Análisis integral de la logística en el Perú. 5 cadenas de exportación: Vol. Primera ed.* http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=179&pnomproducto=Quinoa
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2021). *Análisis de mercado de la Quinoa 2015 - 2020*. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479275/Análisis de Mercado - Quinoa 2015 - 2020.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479275/Análisis%20de%20Mercado%20-%20Quinoa%202015%20-%202020.pdf)
- Mora, L., Duran, M., & Zambrano, J. esú. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Dominio de Las Ciencias*, 2(4), 511–520.



- Nava, A. (2013). Factores que influyen la creación de empresas Pymes y empresas familiares. *International Journal of Good Conscience*, 8(1), 11–22.
[http://www.spentamexico.org/v8-n1/A2.8\(1\)11-22.pdf](http://www.spentamexico.org/v8-n1/A2.8(1)11-22.pdf)
- Olozagaste, J., Calderón, Y., & Espinosa, M. (2017). Formación del espíritu empresarial en jóvenes mexicanos: Retos y oportunidades en la educación media superior. *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva*, 11(2), 163–177.
<https://doi.org/https://scielo.conicyt.cl/pdf/rlei/v11n2/art11.pdf>
- Peralta, I. (2018). *Emprendimiento empresarial y su relación con la competitividad del pescador artesanal armador de Morro Sama Tacna, 2016*. Universidad Privada de Tacna.
- Quintana, P. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación En Ciencias de La Administración*, 4(16), 272–283.
<https://www.redalyc.org/journal/6219/621965988007/html/#:~:text=La gestión empresarial pone énfasis,lo estratégico de la organización.>
- Rodríguez-Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Instituto Nacional de Tecnoogía Agropecuaria*, 1(1), 129–151.
http://www.cdi.gob.mx/jovenes/data/gestion_de_proyectos.pdf%5Cnhttp://www.unagaliciamoderna.com/eawp/coldata/upload/Vol1_2013_teoría_Markowitz.pdf%5Cnhttp://www.planetadelibros.com/generacion-de-modelos-de-negocio-libro-49022.html%5Cnhttp://www.sciencedir
- Rodríguez, A. (2013). Nuevas perspectiva para entender el emprendimiento empresarial. *Instituto Nacional de Tecnoogía Agropecuaria*, 1(1), 129–151.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>



- Salinas, F., & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 128–151.
- Sánchez, S., Hernández Herrera, C. A., & Jiménez, M. (2017). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26(6), 70–82.
<https://doi.org/10.15174/au.2016.1016>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2012). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/259271>
- Solórzano, R., Altamirano, J., Quezada, J., & Aranda, C. (2014). *Emprendimiento Rural Femenino en el Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Tumi, J., & Flores, Y. (2015). Mujeres empresarias de éxito en Peru-Peru. *Revista de Investigaciones Altoandinas - Journal of High Andean Research*, 17(1), 33–40.
<http://huajsapata.unap.edu.pe/ria/index.php/ria/article/view/74/66>
- Villalva, C. I., Niama, L. M., & Silva, L. E. (2021). Creatividad y emprendimiento empresarial de los estudiantes de la carrera de Administración de la ESPOCH en el año 2020. *Revista Contacto*, 1(2), 112–123.
<https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto>
- Weber, M. (2002). Economía y sociedad 1968. In Fondo de Cultura Económica (Ed.), *Revista de Fomento Social* (2da edición).
<https://doi.org/10.32418/rfs.1968.89.4047>
- Zamora, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de



Ecuador. *Espacios*, 39(7).



ANEXOS



ANEXO A: Instrumentos para la recolección de datos



Universidad Nacional del Altiplano
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Sociología



CUESTIONARIO DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

Estimado(a) participante:

El siguiente cuestionario es parte de una investigación científica para obtener el título universitario, tiene el propósito de identificar los factores de emprendimiento empresarial, por lo tanto, es muy importante su participación por el rol desempeñado en su organización, no hay respuestas correctas ni incorrectas y la información que nos proporciona es estrictamente confidencial. Agradecemos de antemano su participación.

INSTRUCCIONES: Marque con una *X* la respuesta que crea conveniente.

Información general

Edad		Sexo		Lugar de residencia	<input type="text"/>
20 a 30 años	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>		
31 a 40 años	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>		
41 a 50 años	<input type="checkbox"/>				
51 a 60 años	<input type="checkbox"/>				
61 a más	<input type="checkbox"/>				
Nivel educativo		Estado civil		Año de ingreso a la Cooperativa	<input type="text"/>
Sin estudios	<input type="checkbox"/>	Soltero(a)	<input type="checkbox"/>		
Primaria	<input type="checkbox"/>	Casado(a)	<input type="checkbox"/>		
Secundaria	<input type="checkbox"/>	Divorciado(a)	<input type="checkbox"/>		
Superior	<input type="checkbox"/>	Conviviente	<input type="checkbox"/>		

A continuación, presentamos declaraciones breves. Lea cuidadosamente cada declaración y decida cuál lo describe en forma más acertada. Sea honesto consigo mismo. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas.

N°	ITEMS	Nunca	Raras veces	Algunas veces	Usualmente	Siempre
1	En la cooperativa realizo mis tareas sin esperar a que me digan lo que tengo que hacer					
2	Me pongo metas y propósitos concretos para avanzar en el trabajo					
3	Soy una persona que toma iniciativas					
4	Cuando tomo la iniciativa me hago responsable del éxito o el fracaso de la acción					
5	Propongo nuevas acciones o alternativas para alcanzar mis propósitos					
6	Insisto en conseguir mis objetivos a pesar de los obstáculos					
7	Los fracasos no me desaniman					



8	Si cometo un error, lo resuelvo y sigo adelante					
9	Soy capaz de vencer los obstáculos para lograr lo que quiero					
10	Ante una tarea completa y difícil, supero el desánimo y continuo.					
11	Realizo mis actividades sin desanimarme					
12	Sólo llevo a cabo una idea cuando tiene posibilidades de éxito					
13	El riesgo no me asusta, siempre que lo pueda controlar					
14	Trato de identificar y calcular los riesgos al iniciar una acción					
15	Me gustan los desafíos y no temo en equivocarme					
16	Si veo que algo es incierto o arriesgado lo abandono					
17	No dudo en afrontar y asumir riesgos calculados					
18	Ante decisiones que requieren decisiones rápidas, soy práctico					
19	Me gusta tomar decisiones y asumirlos					
20	Para tomar una decisión valor los pros y los contras					
21	Me considero una persona capaz de asumir decisiones.					
22	Ante una decisión siempre elijo lo más conveniente					
23	Cuando surgen problemas tiendo a encontrar soluciones de inmediato					
24	Soporto bien las situaciones confusas, poco claras o indefinidas					
25	Me adapto a situaciones nuevas con facilidad					
26	Estoy a gusto con la gente que tiene ideas diferentes a las mías					
27	Me gusta discutir mis opiniones con otras personas					
28	Soy capaz de admitir mis propios errores					
29	Se adaptarme inmediatamente al cambio					
30	Me gusta aprender nuevas cosas					
31	Aprovecho todas las oportunidades de aprender					
32	Me atraen las ideas innovadoras					
33	Me gusta escuchar a las personas					
34	Cuando el trabajo se acumula soy capaz de establecer un orden de prioridad					
35	Siempre me resulta fácil encontrar lo que busco					
36	Siempre hago mis actividades en los plazos que se marco					
37	Se organizar tareas en los plazos que me marco					
38	El desorden me pone nervioso					



39	Tengo mucha vitalidad en el desarrollo de mis actividades					
40	Me considero una persona capaz de asumir responsabilidad					
41	Tengo confianza en mi persona					
42	Tengo facilidad para convencer a los demás					
43	No temo a las consecuencias de mis decisiones.					

Lea cuidadosamente cada declaración y decida cuál lo describe en forma más acertada. Sea honesto consigo mismo.

N°	ITEMS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	La insatisfacción con mi situación económica me motivó a asociarme a la cooperativa					
2	Ha mejorado mis oportunidades por ser parte de la cooperativa					
3	Me siento satisfecho por pertenecer a la cooperativa					
4	Cuento con el apoyo de mi familia para trabajar en la cooperativa					
5	Ser parte de la cooperativa me trajo muchos beneficios personales					
6	Existe normas legales que protegen al emprendedor de la cooperativa					
7	La infraestructura, tecnología e instalaciones de la cooperativa es el adecuado					
8	Cuento con los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para la puesta en marcha del emprendimiento en la cooperativa					
9	Recibo información técnica productiva actualizada					
10	La producción orgánica de Quinua favorece la venta en el mercado internacional					
11	La cooperativa esta posiciona en el mercado internacional					
12	Se ha incrementado el mercado para el producto ofertado por la cooperativa					
13	Se han construido suficientes redes productivas para fortalecer la cooperativa					
14	La asociatividad es fundamental para lograr mis metas personales					
15	Existen políticas públicas que favorecen el emprendimiento empresarial					
16	Es importante la articulación entre la ONG Veco Andino y la cooperativa					
17	Las capacitaciones son continuas para mejorar la productividad					



18	Las políticas de emprendimiento del Estado favorecen a la cooperativa					
19	El financiamiento bancario favorece la productividad en la cooperativa					
20	Ser socio de la cooperativa ha contribuido a mejorar mis ingresos económicos					

21. ¿Qué beneficios le trajo ser socio(a) de la cooperativa?

22. ¿A logrado alcanzar sus expectativas empresariales al ser socio de la cooperativa? ¿Por qué?

Gracias por su colaboración



ANEXO B: Guía de entrevista

GUIA DE ENTREVISTA

Emprendimiento empresarial

ASPECTOS PREVIOS

Propósito de la entrevista

Conversar con los representantes de la cooperativa agroindustrial COOPAIN sobre los factores que influyen y favorecen el emprendimiento empresarial

Instrucciones de aplicación

1. Saludo preliminar
2. Informar sobre el propósito de la entrevista
3. Indicar sobre la confidencialidad de la información proporcionada por la entrevista.
4. Conseguir el consentimiento informado del entrevistado (grabado o filmado).
5. Grabar o filmar la entrevista en audio o vídeo.
6. Registrar el lugar, las características del lugar, la fecha y la hora de la entrevista, inicio y final (tomando notas).
7. En las notas, se deberá anotar inmediatamente de concluida la entrevista sus principales impresiones sobre la entrevista y su contenido.

Datos generales del entrevistado y la entrevista

Entrevistado n° + (o código o seudónimo)

Lugar de la entrevista

Fecha: ____/____/____ Hora de inicio: _____ Duración



ESTRUCTURA DE LA ENTREVISTA

INICIO

Categorías	Preguntas	Tiempo
Preguntas de apertura (Romper el hielo)	P01.- En general ¿Cree usted que la cooperativa se ha posicionado en el mercado nacional e internacional?	10 min

DESARROLLO

Categorías	Preguntas	Tiempo
Narrativa sobre la cooperativa	P02.- ¿Cómo se originó la cooperativa? Cuéntenos la historia P02.- ¿Qué dificultades se ha presentado en los inicios de la cooperativa? P03.- ¿De qué manera los socios contribuyeron en el crecimiento de la cooperativa?	10 min
Factores del emprendimiento	P04.- ¿Qué factores ha contribuido para el crecimiento de la cooperativa? P05.- ¿Qué cree usted que motiva a los socios a pertenecer a la cooperativa? P06.- ¿Cree usted que la cooperativa puede seguir creciendo o no?	10 min
Gestión empresarial	P08.- ¿Cómo se gestiona la cooperativa? P09.- ¿Qué modelo de gestión empresarial se ha implementado en la cooperativa? P10.- ¿Cree usted que ese modelo de gestión ha permitido el posicionamiento de la cooperativa? P11.- ¿Cómo se siente pertenecer a la cooperativa?	10 min.

CIERRE

Solicitar de ser necesario un comentario adicional del informante

Agradecer por la entrevista, y comprometer al informante para una nueva sesión aproximadamente (1 o 2 días)

ANEXO C: Panel fotográfico

Fotografía 1



Asamblea en la Cooperativa COPAIN – CABANA

Fotografía 2



Asamblea en la Cooperativa COPAIN - CABANA

Fotografía 3



Aplicación de los instrumentos de recolección de datos

Fotografía 4



Aplicación de los instrumentos de recolección de datos



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo NELLY CARMEN BUELAS EDUARDO
identificado con DNI 46777304 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
SOCIOLOGIA

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:
" FACTORES ASOCIADOS AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL: CASO
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL COOPAIN - CABANA, 2023"

Es un tema original.

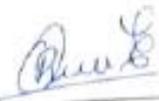
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 25 de Julio del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Yosenia Carin Quispe Sernio
identificado con DNI 46703509 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Sociología

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"FACTORES ASOCIADOS AL EMPRENDIMIENTO
EMPRESARIAL: CAA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL
COOPAIN - CABANA, 2023"

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 25 de Julio del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo NELLY CARMEN BUELAS ESCOBEDO identificado con DNI 46777304 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
SOCIOLOGIA

informo que he elaborado el la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" FACTORES ASOCIADOS AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL: CASO COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL COUPAN-CABANA 2023

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 25 de Julio del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Hesoniá Corin Quispe Cornejo identificado con DNI 46703509 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Sociología
informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" Factores Asociados al emprendimiento Empresarial: caso Cooperativa Agroindustrial COPAIN, 2023 "

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

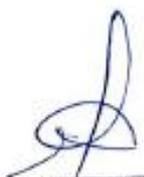
En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 23 de Julio del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella