

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“LA ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN
COMERCIAL DE LA AEO VILLA SOCCA DISTRITO DE ACORA, PERIODO
2013”

“ASSOCIATIVITY EMPRESARIAL Y ITS IMPACT ON COMMERCIAL
MANAGEMENT OF VILLA SOCCA AEO ACORA DISTRICT, PERIOD 2013”

ARTICULO CIENTIFICO

PRESENTADO POR:

EDILBERTO MARCE APAZA

COORDINADOR DE
INVESTIGACION


.....
: Dr. MANUEL ANCHAPURI QUISPE

DIRECTOR DE TESIS


.....
: Dr. MANUEL ANCHAPURI QUISPE

ASESOR DE TESIS


.....
: M.Sc. ROGER F. FERNANDEZ BURGOS

DUNO DEBU

“LA ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA AEO VILLA SOCCA DISTRITO DE ACORA, PERIODO 2013”

“ASSOCIATIVITY EMPRESARIAL Y ITS IMPACT ON COMMERCIAL MANAGEMENT OF VILLA SOCCA AEO ACORA DISTRICT, PERIOD 2013”

AUTOR: EDILBERTO MARCE APAZA

Correo electrónico: edilmarce@hotmail.com

RESUMEN

Objetivo: Determinar la incidencia de la asociatividad empresarial en la gestión comercial de los productores de trucha de la AEO Villa de Socca del distrito de Acora- 2013. **Metodología:** El diseño corresponde a una investigación descriptiva explicativa causal, con una muestra de 28 socios que laboran como productores de trucha; se utilizaron dos instrumentos, una guía de encuesta para obtener información respecto a la asociatividad y la gestión comercial y una guía de observación para tomar conocimiento del contexto reconociendo la importancia de la asociatividad empresarial. **Resultados:** Se determinó que el tipo de asociatividad empresarial que mejor se adapta para los productores de la AEO Villa Socca es la alianza estratégica; en ese sentido un 53.6% indican que conocen este tipo de asociatividad y han decidido aplicarla en su organización; con este modelo los productores han experimentado mayores beneficios como mayor cooperación, trabajo en equipo, mayor comunicación y confianza con el único propósito de mejorar los negocios conjuntos. Asimismo, se observó que un 46,4%, del total señalan que con el modelo los productores han desarrollado habilidades y capacidades en la gestión empresarial. Respecto a la gestión comercial indican que se ha optimizado el sistema de comercialización a través de la conformación de un comité el que establece las relaciones comerciales con clientes y/o empresas formales. El modelo ha favorecido a los productores en el manejo de precios, las condiciones de pago, ventas a nivel individual y colectivo. **Conclusión:** La alianza estratégica complementaria horizontal es la que mejor se adapta para los productores de la AEO Villa Socca Acora.

Palabras Claves: Asociatividad, empresa, gestión, comercialización, productor, trucha.

ABSTRAC

Objective: To determine the incidence of business partnerships in the commercial management of trout producers AEO Villa Socca district Acora-2013. **Methodology:** The design corresponds to a causal explanatory descriptive research with a sample of 28 partners working as producers of trout; two instruments, a guide to survey to obtain information on partnership and commercial management and an observation guide to take cognizance of context recognizing the importance of business partnerships were used. **Results:** It was determined that the type of business partnerships best suited for producers of AEO Villa Socca is the strategic alliance; in that sense 53.6% indicate they know this kind of associativity and decided to apply it in their organization; with this model producers have experienced greater benefits as greater cooperation,

teamwork, more communication and trust with the sole purpose of improving joint ventures. It was also noted that 46.4% of the total with the model indicate that producers have developed skills and abilities in business management. Regarding sales indicate that management has been optimized marketing system through the formation of a committee that established trade relations with customers and / or formal businesses. The model has favored producers in managing prices, payment terms, sales at individual and collective level. Conclusion: The horizontal complementary strategic alliance is best suited for producers of AEO Villa Socca Acora.

Keywords: Associative, business, management, marketing, producer, trout.

INTRODUCCION

En la Región Puno la actividad pesquera es de vital importancia, principalmente para los pobladores que habitan en inmediaciones del Lago Titicaca, la truchicultura es una actividad complementaria a la agro-pecuaria y es fuente de ingresos y empleo. En los últimos años la Región Puno se ha convertido en el primer productor de trucha a nivel nacional según los estudios realizados por la Dirección de la Producción Puno. La investigación se ejecuta a razón de que el Estado no fomenta la formación de asociaciones de productores rurales orientado a temas económicos, productivos y de gestión empresarial. La producción de trucha es a pequeña escala y no cuentan con condiciones para superar su baja productividad y débil articulación con el mercado. El estudio se realizó en el distrito de Acora de la provincia de Puno con una muestra de 28 socios; se trata de un trabajo de investigación descriptiva explicativa causal compuesta por la variable dependiente gestión comercial y la variable independiente asociatividad empresarial, en estudios similares se encontró que:

“El 73% de los socios de la SPAR Macusani tiene una permanencia de 6 años en la organización, por lo que podemos manifestar que los socios se encuentran satisfechos con la organización, esto debido principalmente al incremento de los precios de la fibra de alpaca que se ha registrado desde la fundación de la SPAR Macusani.

Con respecto a las ventajas, el 57% de socios considera que las principales ventajas de la SPAR Macusani, son los mejores precios de la fibra de alpaca y el fácil acceso a mercados con mayores volúmenes de fibra de alpaca mejorando la capacidad de oferta de la fibra de alpaca, esto debido que a través de la comercialización en forma organizada que introdujo la SPAR Macusani, los socios se organizaron para realizar el acopio de la fibra de alpaca que se clasifica y categoriza, el cual permitió tener acceso a los principales industrias que adquieren la fibra con mayores volúmenes de fibra de alpaca, lo que mejoro la capacidad de oferta de esta zona alpaquera. Además que los socios se ven incentivados para mejorar la calidad de sus rebaños para que mejore la calidad de la fibra, ya que cuando se clasifica y categorizan la fibra, ellos obtienen mejores precios.

Respecto a las desventajas que los socios tiene en la SPAR Macusani, podemos concluir que el 44% de socios consideran que la falta de cultura de cooperación entre socios es una de las desventajas más resaltantes, esta falta de cooperación se debe a que los dirigentes no lideran adecuadamente a los socios, ya que se ha notado que a partir del cambio de directivos ha disminuido la

participación de los socios en las reuniones y otros eventos que convoco la dirigencia”

“Al realizar el análisis de los tipos de asociatividad tanto clúster y alianza estratégica podemos afirmar que el modelo más adecuado para la SPAR Macusani, es el clúster ya que este se basa en un grupo de un mismo sector y considerando que este modelo fue aplicado en diferentes países en los sectores productivos como en los resultados, además a través de este tipo de asociatividad empresarial como es el clúster se puede mejorar la cadena productiva que nos permitiría obtener mejores beneficios en la comercialización de la fibra de alpaca con un valor agregado. (Turpo Huarcaya, 2012).

“La asociatividad de los productores de quinua es buena según la encuesta realizada según los cuadros N° 6,7, sin embargo la mala relación y la desconfianza que existe de comuneros hacia sus autoridades comunales podría deteriorar la asociatividad, lo cual se refleja en el cuadro N° 10,11. Sin embargo existen alternativas de asociatividad que los productores de quinua puedan aplicar a su realidad para lo cual se les propuso un esquema que ayudara al desarrollo de los productores de quinua del Distrito de Arapa, Provincia de Azángaro.

El estado de asociatividad que poseen en la actualidad los productores de quinua, lo consideran aceptable, puesto que están conformes con el funcionamiento y el grado de asociatividad de su comunidad, sin embargo en el cuadro N° 8,9 manifiestan que es posible mejorar el funcionamiento de su comunidad y están dispuestas a experimentar una nueva alternativa que permita mejorar su situación económica, sin embargo las malas relaciones y la desconfianza podría deteriorar el nivel de asociatividad que tienen en la actualidad” (Palli Ramos, 2013).

METODOS Y MATERIALES

El estudio es descriptivo; tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades y así proporcionar su descripción, son por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, estas también son descriptivas.

Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objeto no es indicar cómo se relacionan las variables medidas (Fernández Collado & Hernández Samplieri, 2010, págs. 152-153).

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo – Explicativo porque se busca especificar las propiedades, características de los productores de trucha del centro poblado de Villa Socca del distrito de Acora que se someterán a un análisis.

Para la recopilación de información se usó las técnicas de investigación encuesta y observación; asimismo, se utilizó sus instrumentos cuestionario, guía de observación y foto documental.

El procesamiento de datos de acuerdo a los objetivos planteados consistió en solicitar la autorización respectiva a la junta directiva de la AEO (Agente Económico Organizado), luego se aplicó el cuestionario al 100% de los Productores de Trucha AEO Villa Socca Acora. La guía de observación se aplicó durante la ejecución de sus labores cotidianas en el proceso de producción; para el análisis se utilizó la estadística descriptiva: Porcentajes y promedios.

RESULTADOS

Los resultados se han procesado cuantitativamente, los datos obtenidos se exponen a continuación:

A) ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

CUADRO N° 01

MOTIVOS PARA ASOCIARSE DE LOS PRODUCTORES DE TRUCHA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Han visto casos exitosos de Asociaciones	3	10,7	10,7	10,7
Buscan mayores beneficios económicos	16	57,1	57,1	67,9
Están acostumbrados a trabajar colectivamente	8	28,6	28,6	96,4
Necesitan o desean formar parte del grupo social	1	3,6	3,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de la AEO.
Elaboración: El ejecutor.

Respecto al indicador Motivos para asociarse, la mayoría (16) productores, representado por el 57.1% indican que su motivación para asociarse es la búsqueda de mayores beneficios económicos, asimismo, 8 productores, representado por el 28.6% indican que es beneficioso trabajar colectivamente, a diferencia del 3.6% de productores que no desean formar parte de una asociación.

Los productores han encontrado diversos aspectos favorables, entre los que destacan que esta nueva forma de organización y gestión empresarial, permite enfrentar la competencia, asimismo, organizados elevan su productividad, ello posibilita mayor beneficio económico para los miembros de la organización y por consiguiente ven mejorar la calidad de vida de sus familias.

CUADRO N° 02

NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE EL TIPO DE ASOCIATIVIDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Clúster	2	7,1	7,1	7,1
Alianzas estratégicas	15	53,6	53,6	60,7
Consortios	1	3,6	3,6	64,3
Ninguna	10	35,7	35,7	100,00
Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de la AEO.
Elaboración: El ejecutor.

En el cuadro N° 02 se muestra los resultados respecto del conocimiento de los tipos de asociatividad que pueden ser favorables para la organización, la mayoría (15) productores, representado por el 53.6% indican que tienen pleno conocimiento del tipo de asociatividad que se pueda aplicar en su organización como es las alianzas estratégicas, mientras que 35.7% indica que no conoce ningún tipo de asociatividad.

Al realizar el análisis de los tipos de asociatividad se comprueba que el modelo más idóneo para los productores de trucha de la AEO Villa de Socca es la alianza estratégica por el mismo hecho de que existen antecedentes al respecto. “Una de las nuevas experiencias de articulación en crianza de trucha es la alianza estratégica formada entre Piscis y la empresa privada California’s Garden con base en Oxapampa – Provincia de Junín. Bajo este esquema la SAIS Túpac Amaru hizo un convenio por 10 años con la empresa Piscis para brindar transferencia de alimentos balanceados, transferencia tecnológica entre otros. Este convenio ha permitido que la empresa de Oxapampa aumente su producción de 40 TM a 280 TM de trucha al año (PRA, 2007a)”.

Este es un ejemplo de asociatividad empresarial en la que dos empresas se benefician mutuamente.

CUADRO N° 03 INNOVACIÓN DEL PRODUCTO PARA LA VENTA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Si	25	89,3	89,3	89,3
No	3	10,7	10,7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de la AEO.
Elaboración: El ejecutor.

En el cuadro N°03 se muestra que la mayoría de los productores (25) mencionan que si reciben alguna innovación del producto lo que representa en un 89% mientras que (3) productores indicaron con un no, el cual representa el 10.7% del total.

A través de esta forma asociativa ha sido posible incorporar innovación al producto, asimismo, se ha logrado complementar directa o indirectamente al producto en su acondicionamiento, permitiendo el manipuleo inocuo, ya que anteriormente se usaban medios no adecuados.

B) GESTION COMERCIAL

CUADRO N° 04

FIJACION DE PRECIOS EN LA FORMA DE ASOCIATIVIDAD

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Si	26	92,9	92,9
No	2	7.1	100.0
Total	28	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de la AE
Elaboración: El ejecutor.

En el cuadro N°04 muestran los resultados en la fijación de precios, la mayoría de los productores (26) mencionan que bajo la forma de asociatividad representado en 92% cree que si puede mejorar los precios, mientras que solo 02 productores representado en 7% indican lo contrario. Normalmente una empresa necesita conocer y analizar cada uno de los elementos y factores utilizados en la producción de un bien o servicio, con la finalidad de calcular de manera adecuada el precio de venta.

CUADRO N° 05

BENEFICIOS BAJO LA FORMA DE ASOCIATIVIDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Desarrollo de habilidades y capacidades en la gestión empresarial	13	46,4	46,4	46,4
Mayor capacidad y poder de negociación	9	32,1	32,1	78,6
Conservación de medio ambiente	1	3,6	3,6	82,1
Aumento de la producción	5	17,9	17,9	100,0
Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de la AEO.
Elaboración: El ejecutor.

Respecto a los beneficios bajo la forma de asociatividad mencionan que un 46,4% han desarrollado sus habilidades y capacidades de gestión empresarial, mientras que un 32,1% indican que los productores tienen mayor capacidad y poder de negociación; asimismo, el 17,9% mencionan que se ha incrementado la producción de trucha.

CUADRO N° 06

CONDICIONES DE PAGO BAJO ESTE MODELO DE ASOCIATIVIDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulada
Contra entrega	16	57,1	57,1	57,1
Crédito	12	42,9	42,9	100,0
Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los productores de la AEO.
Elaboración: El ejecutor

Mediante este modelo las condiciones de pago durante la transacción comercial han mejorado según la tabla un 57,1% indica que el pago a contra entrega se ha optimizado; mientras que el 42,9% sigue manteniendo la forma tradicional de venta al crédito.

CUADRO N° 07

MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Implementación de módulos y equipos	11	39,3	39,3	39,3
Cumplimiento de	3	10,7	10,7	50,0

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de la AEO.
Elaboración: El ejecutor

En el cuadro N°07, nos presenta los sobre el mejoramiento de la comercialización de la trucha, un 39,3% indican que bajo el modelo se ha logrado implementar módulos y equipos para la venta; mientras que un 28,6% menciona que han logrado capacitarse en la comercialización.

El cuadro nos indica que los productores han mejorado la comercialización, entre otros aspectos consideran que es importante la implementación de módulos de equipo para la comercialización como balanzas eléctricas, cajas de estiba para acondicionar el producto, en vista de que los productores usan medios de transporte no adecuados como baldes reciclados, productos expuestos al medio ambiente que acelera la descomposición del producto, por esa razón es necesario emplear un vehículo acondicionado que permita el manipuleo del producto.

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación comprueban las hipótesis propuestas: Mediante los cuadros desarrollados anteriormente hemos demostrado que la adopción del modelo asociatividad empresarial incide favorablemente en la gestión comercial de los productores de trucha de la AEO Villa Socca Acora, según la hipótesis planteada encontramos que:

Bajo el modelo asociativo se construye la confianza, trabajo en equipo, compromiso, participación en cadena, etc., basado en objetivos comunes, negocios conjuntos, promoción o intensificar el desarrollo de la actividad en transferencia de tecnología en la producción e investigación de mercados, esto definitivamente mejora la gestión comercial.

Estos resultados se relacionan con lo señalado anteriormente:

“El 73% de los socios de la SPAR Macusani tiene una permanencia de 6 años en la organización, por lo que podemos manifestar que los socios se encuentran satisfechos con la organización, esto debido principalmente al incremento de los precios de la fibra de alpaca que se ha registrado desde la fundación de la SPAR Macusani.

Con respecto a las ventajas, el 57% de socios considera que las principales ventajas de la SPAR Macusani, son los mejores precios de la fibra de alpaca y

el fácil acceso a mercados con mayores volúmenes de fibra de alpaca mejorando la capacidad de oferta de la fibra de alpaca, esto debido que a través de la comercialización en forma organizada que introdujo la SPAR Macusani, los socios se organizaron para realizar el acopio de la fibra de alpaca que se clasifica y categoriza, el cual permitió tener acceso a los principales industrias que adquieren la fibra con mayores volúmenes de fibra de alpaca, lo que mejoro la capacidad de oferta de esta zona alpaquera. Además que los socios se ven incentivados para mejorar la calidad de sus rebaños para que mejore la calidad de la fibra, ya que cuando se clasifica y categorizan la fibra, ellos obtienen mejores precios.

Respecto a las desventajas que los socios tiene en la SPAR Macusani, podemos concluir que el 44% de socios consideran que la falta de cultura de cooperación entre socios es una de las desventajas más resaltantes, esta falta de cooperación se debe a que los dirigentes no lideran adecuadamente a los socios, ya que se ha notado que a partir del cambio de directivos ha disminuido la participación de los socios en las reuniones y otros eventos que convoco la dirigencia”

“Al realizar el análisis de los tipos de asociatividad tanto clúster y alianza estratégica podemos afirmar que el modelo más adecuado para la SPAR Macusani, es el clúster ya que este se basa en un grupo de un mismo sector y considerando que este modelo fue aplicado en diferentes países en los sectores productivos como en los resultados, además a través de este tipo de asociatividad empresarial como es el clúster se puede mejorar la cadena productiva que nos permitiría obtener mejores beneficios en la comercialización de la fibra de alpaca con un valor agregado.

Tal como concluye en la Tesis titulada ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y COMERCIALIZACIÓN DE LA FIBRA DE ALPACA DE LA SOCIEDAD PERUANA DE CRIADORES DE ALPACA Y LLAMAS DE MACUSANI. Elaborado por VERONICA LIBERTAD TURPO HUARCAYA-2012, se corroboran varios aspectos de los modelos asociativos tales como la mejora en su organización, se asumen roles de confianza, se asume el liderazgo, ello ha posibilitado gestionar mejor el establecimiento de los precios. También, se ha posibilitado el acceso a los mercados, la comercialización se ejecuta de manera conjunta.

Asimismo, una desventaja que se puede resaltar es la falta de una cultura de cooperación entre los socios, situación que también se observa en la AEO Villa Socca Acora.

PALLI RAMOS, Alicia (2013). “ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS PRODUCTORES DE QUINUA EN EL DISTRITO DE ARAPA, PROVINCIA DE

AZÁNGARO-2013” tesis para optar el título de Licenciado en Administración de la Universidad Nacional del Altiplano, presenta las siguientes conclusiones:

“La asociatividad de los productores de quinua es buena según la encuesta realizada según los cuadros N° 6,7, sin embargo la mala relación y la desconfianza que existe de comuneros hacia sus autoridades comunales podría deteriorar la asociatividad, lo cual se refleja en el cuadro N° 10,11. Sin embargo existen alternativas de asociatividad que los productores de quinua puedan aplicar a su realidad para lo cual se les propuso un esquema que ayudara al desarrollo de los productores de quinua del Distrito de Arapa, Provincia de Azángaro.

El estado de asociatividad que poseen en la actualidad los productores de quinua, lo consideran aceptable, puesto que están conformes con el funcionamiento y el grado de asociatividad de su comunidad, sin embargo en el cuadro N° 8,9 manifiestan que es posible mejorar el funcionamiento de su comunidad y están dispuestas a experimentar una nueva alternativa que permita mejorar su situación económica, sin embargo las malas relaciones y la desconfianza podría deteriorar el nivel de asociatividad que tienen en la actualidad”

El estudio realizado de PALLI RAMOS, Alicia (2013), da énfasis a la confianza, liderazgo, de buscar implantar nuevos modelos organizativos etc, en la misma situación es la se encuentra los productores de trucha de la AEO Villa Socca Acora y está relacionado directamente.

Cabe mencionar con respecto a las investigaciones desarrolladas referidas al tema de estudio, se ha ubicado y revisado las referencias en la actividad agropecuaria mas no así de la pesca o acuicultura que se ha podido recabar muy poca bibliografía desarrollada de la asociatividad empresarial respecto en la gestión comercial.

CONCLUSIONES

Se determinó que el tipo de asociatividad empresarial que mejor se adapta para los productores de la AEO Villa Socca, es la alianza estratégica, según los resultados, la mayoría de los productores (15), representado por el 53.6% indican que conocen este tipo de asociatividad y han decidido aplicarla en su organización; con este modelo los productores han experimentado mayores beneficios como mayor cooperación, trabajo en equipo, mayor comunicación y confianza con el único propósito de mejorar los negocios conjuntos.

Con el modelo de asociatividad empresarial los productores de la AEO Villa Socca, representado por el 46,4%, han desarrollado habilidades y capacidades en la gestión empresarial.

Bajo el modelo de asociatividad empresarial se encontró que bajo dicha forma organizativa se construye mayor confianza, trabajo en equipo, compromiso, participación en cadena y negocios conjuntos; estos factores mejoran la gestión comercial.

Se ha optimizado el sistema de comercialización para los productores de trucha AEO Villa Socca-Acora a través de un comité de comercialización el que establece relaciones comerciales eficientes con clientes y/o empresas formales.

Se ha implementado nuevas formas de acondicionamiento para la comercialización de la trucha, destinándose lugares apropiados para el manipuleo utilizando balanzas digitales, cajas de estiba, indumentaria y material de trabajo.

La asociatividad empresarial es un mecanismo facilitador que contribuye directamente en la toma de decisiones para la comercialización en la AEO Villa Socca lo que favorece en el manejo de precios, las condiciones de pago, ventas a nivel individual y colectivo

BIBLIOGRAFÍA

Asociación Civil Labor (2010). Mejorando la rentabilidad truchicola. Puno-

Perú

Alata, A. V. (Octubre de 2005). Cadenas Productivas. Puno, Perú: Dirección Regional Agraria-Puno.

Amezaga, C. (2013). Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa. San Salvador.

Charaja Cutipa, F. (2011). Metodología de la Investigación. Puno: MAPIC.

Dini, M. (2010). Competitividad, Redes de Empresas y Cooperación empresarial. Cooperazione Italiana, 21-22.

Fernández Collado, C. y., & Hernández Sampieri, R. (2010). Metodología de la investigación. México: McGrawHill.

Fernández, G. (2011). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes. Lima.

García, J. (2006). Ventaja Competitiva a través del Desarrollo de Clúster Empresariales. Contabilidad y Negocios, 3-5.

Gary, k. P. (2007). Marketing versión para Latinoamérica. México: Pearson.

Gutiérrez Castillo, F. H. (2009). Costos de producción y comercialización de trucha en las empresas acuícolas Lagomar SRL - Chucuito y Tiburón de Lagos SRL - Juli - Tesis de Pregrado. Puno: Universidad Nacional del Altiplano - Facultad de Ciencias Contables y Administrativas.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.

Hernandez J.L.(2008). Gestión Comercial, Ventas Distribución.Lima-Peru

Hitt, A. M., Duane, I., & Hoskisson, E. (2007). Administración Estratégica. México: Thomson.

Jerome E. McCarthy (1980). Comercialización, un enfoque gerencial. Lima.

Maguiña, F., R. (2003). Joint Venture: Estrategia para lograr la Competitividad Empresarial en el Perú. Notas Científicas,73-78

Marijuan de Santiago, L. (2013). Alianzas estratégicas. Madrid: ESIC.

Maximixe. Consult, S. A. (2010) Elaboración del estudio de mercado de la trucha en Arequipa, Cuzco, Lima, Huancayo y Puno".

Orozco F., C. (2005). La configuración de Empresas Integradoras. Mexico.

Pallares, Z. (2004). Asociatividad empresarial estrategia para la competitividad. Bogotá.

Palli Ramos, A. (2013). Asociatividad empresarial de los productores de quinua en el distrito de Arapa, provincia de Azángaro - 2013 - Tesis de Pregrado. Puno: Universidad Nacional del Altiplano - Facultad de Ciencias Contables y Administrativas.

Pérez Chulia, M. (2002). Alianzas de Colaboración. Modelos de Cooperación Empresarial.

Porter E, M. (1998). Ventaja Competitiva de las Naciones. Barcelona: Vergara.

Promexico. (s.f.). Alianzas Estratégicas una herramienta de competitividad internacional. 10.

Puno, U.N.A. (2015). Seminario internacional de la trucha. Puno 2015, promoviendo una truchicultura rentable y sostenible 10-12 de Marzo.

República, C. d. (1997). Ley General de Sociedades. En C. P. Republica.Lima.

Rodríguez Ortiz, A. (2005). Historia del Perú. Lima: Lumberas.

Rosales, R. (1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las

pymes. Caracas.

Sallenave Jean, Paul (1985). Gerencia y planeación estratégica. Bogotá.

Turpo Huarcaya, V. L. (2012). Asociatividad empresarial y comercialización de la fibra de alpaca de la Sociedad Peruana de Criadores de Alpaca y Llamas de Macusani - Tesis de Pregrado. Puno: Universidad Nacional del Altiplano - Facultad de Ciencias Contables y Administrativas.

Vegas Rodríguez, J. C. (2008). Asociatividad. Proyecto de Cooperación UE-PERU/PENX, 34.

Vela Torres, P. (2006). Asociatividad Empresarial.