

<https://doi.org/10.69639/arandu.v13i2.2248>

Asociatividad y competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario en el Peru

*Association and competitiveness of producer organizations in the livestock sector in
Peru*

Wilver Orós Torres

Woros@unamba.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-6773-4960>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Perú

Brayan Oliver Mamani Huilca

bmamanihui@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-5631-1188>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Perú

María Emerida Alejo Maldonado

221383@unamba.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0009-3256-8825>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Perú

Gladys Nathalia Criollo Cusi

221399@unamba.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-5631-1188>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Perú

Rosmery Supa Qquecho

221426@unamba.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0002-9122-452X>

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Perú

*Artículo recibido: 10 abril 2026- Aceptado para publicación: 16 mayo 2026
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.*

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal, determinar la relación entre la asociatividad y la competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario del Distrito de Lambrama, Provincia de Abancay, año 2026. Metodológicamente, se trató de una investigación de ruta o enfoque cuantitativo, de tipo básica o pura, con un alcance correlacional y un diseño de estudio no experimental de corte transversal. La población estudiada consistió en 84 productores pecuarios. Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento empleado fue un cuestionario que consta 30 ítems, basado en una escala tipo Likert, para su confiabilidad se determinó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0,817 para la variable de asociatividad y 0,853 para la variable de competitividad. La investigación concluyó que existe


una correlación significativa entre la asociatividad y la competitividad de las organizaciones productoras del sector pecuario, se determinó un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,843, lo que demuestra que la relación es positiva. Además, el resultado hallado de p-valor es de 0,00 que es menor a $\alpha = 0.05$, lo que significa que existe una correlación positiva alta, esto indica que sigue una regresión lineal directamente proporcional entre las variables de estudio, es decir, un incremento de la asociatividad tiene un impacto constante en la competitividad.

Palabras clave: asociatividad, competitividad, pecuarios

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the relationship between association and competitiveness of livestock producer organizations in the Lambrama District, Abancay Province, in 2026. Methodologically, this was a quantitative, basic, correlational study with a non-experimental, cross-sectional design. The study population consisted of 84 livestock producers. The survey technique was used, and the instrument was a 30-item questionnaire based on a Likert scale. Reliability was determined using Cronbach's alpha coefficient, yielding a value of 0.817 for the association variable and 0.853 for the competitiveness variable. The research concluded that there is a significant correlation between association and competitiveness of livestock producer organizations. A Spearman's rho correlation coefficient of 0.843 was determined, demonstrating a positive relationship. Furthermore, the p-value found to be 0.00 is less than $\alpha = 0.05$, indicating a strong positive correlation. This suggests a directly proportional linear regression between the study variables; that is, an increase in associational activity has a consistent impact on competitiveness.

Keywords: associative activity, competitiveness, livestock

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

El sector pecuario cumple un rol fundamental en las zonas rurales. En este sentido, según el Banco Mundial (2020), donde indica que “el sector agropecuario en América Latina y el Caribe, ayuda a reducir la pobreza, aumentar los ingresos y mejora la seguridad alimentaria” (p. 1). Ante este panorama, la asociatividad se presenta como una estrategia clave para que los productores pecuarios mejoren su competitividad. Como afirman Buenhombre y Mariño (2022), que “la asociatividad es concebida, por los pequeños productores, como la principal estrategia para solucionar sus problemas de productividad y competitividad” (p. 619).

A nivel local, actualmente en la región de Apurímac la actividad pecuaria constituye uno de los principales medios de subsistencia económica para la población rural, donde diversas asociaciones de productores se dedican a la crianza de ganado vacuno, cuyes, abejas y truchas; sin embargo, enfrentan numerosos desafíos que limitan su competitividad y sostenibilidad. En este mismo sentido, en la Agenda Regional de Innovación Agraria Apurímac 2021-2025 se indica que el 80 % de la población regional depende del sector agropecuario, el cual representa el 46 % de la economía regional; no obstante, solo el 10.85 % de los productores acceden a crédito y apenas el 31.77 % de la superficie agrícola cuenta con título de propiedad, lo que restringe el acceso a financiamiento y también limita las inversiones en tecnología e infraestructura (Instituto Nacional de Innovación Agraria [INIA], 2021).

En el Distrito de Lambrama, la baja asociatividad dificulta el acceso a mercados más grandes, por la falta de coordinación en la comercialización, debido al escaso sentido de identidad colectiva y la poca cooperación entre productores limitan su crecimiento y la posibilidad de lograr economías de escala sostenibles. Asimismo, estas organizaciones tienen dificultades para acceder a financiamiento debido a la informalidad, la falta de garantías y la poca conexión con entidades financieras, lo que afecta su capacidad de inversión, innovación y mejora de procesos. Además, internamente, muchas carecen de una estructura organizativa sólida, liderazgo eficiente y acceso a capacitación continua. Por otra parte, respecto a la competitividad, enfrentan debilidades en la producción, gestión financiera y control de calidad, lo que reduce su eficiencia, rentabilidad y credibilidad ante los clientes.

Por lo que, si no se actúa de manera oportuna, las asociaciones de productores pecuarios podrían seguir trabajando cada una por su cuenta, sin coordinación ni apoyo, lo que haría difícil que mejoren sus ingresos o accedan a buenos mercados, por otro lado, esto no solo afectaría su economía, sino también la producción de alimentos en la zona y las posibilidades de que el distrito crezca y se desarrolle.

En este sentido, la presente investigación busca analizar la relación entre asociatividad y competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario del Distrito de Lambrama, 2026.

La gestión logística es como una herramienta imprescindible para la productividad del servicio en ámbitos de las empresas que funcionen de forma eficiente; es decir, consumiendo los mínimos recursos posibles y eficaz que enmarque a conseguir sus objetivos prestando servicios adecuados.

En cuanto a la gestión de distribución y transporte, en la actualidad las empresas de la ciudad de Abancay dedicada a la venta de combustible, presenta deficiencias en cuanto se refiere a la gestión del proceso logístico; dentro de los problemas que se ha podido identificar, podemos precisar que no se cuenta con procedimientos establecidos, para las diferentes tareas de la gestión logística, no existe un sistema adecuado para el control de los bienes custodiados en el almacén y no se cuenta con un sistema de codificación, que permita la identificación adecuada para el almacenamiento de los bienes utilizados por la empresa para su gestión, otro de los problemas es que la mayoría de los servicios de transporte de combustible son de propiedad de empresas terceras, lo cual dificulta la distribución del insumo, por último el traslado de combustible de las refinerías a las estaciones de la ciudad de Abancay demora entre 02 dos días por lo que un derrumbe, huaycos y paros hace que el tiempo de entrega se aplase y genere problemas serios en las estaciones de servicio.

Teoría de la asociatividad

De acuerdo con Proaño et al. (2022), indican que “es el conjunto de personas que se han unido voluntariamente para cubrir sus necesidades y alcanzar inspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una cooperación conjunta y democrática” (p. 199). Es decir que las asociaciones se forman para trabajar juntas y lograr objetivos comunes.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri, 2014), la asociatividad es un “proceso de agrupamiento voluntario de individuos, varones y mujeres, organizaciones o empresas que trabajan en forma coordinada y concertada para alcanzar sus metas” (p. 38). En este mismo sentido, este agrupamiento busca optimizar el uso de los recursos productivos, superando lo que se lograría individualmente, y generar mayores ingresos a través de la comercialización conjunta (Minagri, 2014).

Por su parte, Aponte López (2021), manifiesta que la asociatividad “es una estrategia que permite la gestión del conocimiento, la innovación y el aprendizaje a través de los recursos y las potencialidades que ponen en evidencia el factor diferencial frente a otras compañías y se centran en los clientes” (p. 58).

Según Cardona et al. (2021), definen la asociatividad como un: “mecanismo mediante el cual personas o empresas, manteniendo su independencia jurídica y operativa, deciden voluntariamente llevar a cabo procedimientos en conjunto para llegar a un fin común” (p. 5448). Esta forma de trabajo conjunto es una opción útil para que los productores pecuarios, puedan generar mejores ingresos y vivir mejor, ya que les ayuda a organizar sus procesos y reducir la presencia de intermediarios. (Cardona et al., 2021).

Dimensiones de asociatividad

Para esta variable se considera dimensiones adaptadas de la tripología de los modelos de asociatividad, que “permiten mejorar la producción, supone el protagonismo de los productos y un fuerte compromiso de las instituciones de apoyo, que garantizan las capacitaciones, es decir la gestión organizacional, permiten la comercialización y financiamiento” (Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal - CENTA, 2002, p. 9). Así mismo, en referencia a la gestión del proceso asociativo de acuerdo al Ministro de Agricultura y Riego (2014), en las cuales considera estos tres objetivos importantes de la asociatividad en las empresas productoras de sector agropecuario.

Comercialización

Por su parte, Iibay Iivay (2019), lo define como “un conjunto de actividades que se desarrollan para facilitar las ventas de una manera más específica y detallada, que pueda satisfacer necesidades del cliente” (p. 15). Esta dimensión es muy importante en toda empresa, que comprende un conjunto de procedimientos desde el productor al cliente final.

Proximidad a nuevos mercados

Según Fortater et al. (2018), afirma que “comprende a la liberación del intercambio de bienes y servicios y de regulaciones complementarias; así como los movimientos eficientes de inversión y de las personas” (p. 7). Se refiere pes a la capacidad de generar amplias gamas de mercado y tener la facilidad de ingresar competitivamente.

Encadenamiento comercial

“Es un proceso que involucra a productos diferenciados que están orientadas a mercados nichos, con consumidores finales e informados y generalmente sensibles a los atributos de calidad” (IICA, 2018, p. 42). Al respecto el marco legal que ese establece en nuestro país coopera con la prestación de servicios de calidad, relacionados con ética y cuidado del medio ambiente.

Cultura de cooperación

De acuerdo a IICA (2018), afirma “es el conjunto de normas, comportamientos y sistemas generado en un grupo humano, así como en organizaciones, una empresa o comunidad, que son considerados válidos para conformar dicha organización” (p. 13).

Marca colectiva

Es un distintivo que respalda el origen y la calidad de un producto o servicio y el uso de esta estrategia, permite a los productores agruparse para comercializar de forma conjunta, logrando así mayo visibilidad y reconocimiento en menos tiempo (IICA, 2018).

Integración

“Proceso y resultado de mantener unidas las partes de un todo; una estrategia que busca incrementar el negocio mediante la cooperación” (Weinberger Villaran, 2009, p. 114). Es decir, es donde uno trata de crecer dentro del sector, desarrollando productos o servicios a nuevos segmentos de mercado.

Financiamiento

Según Narvaez et al. (2009), menciona que el acceso al financiamiento se refiere al “acceso de financiamiento cuando las garantías requeridas no pueden ser cubiertas por cada actor en forma individual, son cubiertas proporcionalmente por cada uno de los participantes para compras e inversión conjunta” (p. 161). En otras palabras, es cuando una sola persona no puede cubrir sus costos por sí mismos, en lo que todos los integrantes aportan una parte para que puedan realizar compras o inversiones de manera conjunta.

Por otra parte, según lo señalado por Moreno (2023), el financiamiento consiste en la obtención de recursos económicos, provenientes de fuentes internas o externas, ya sea a corto, mediano o largo plazo, lo cual implica un manejo eficiente dentro de las empresas.

Proceso organizacional

Según Turin Meza (2017), señala que “Involucra el entorno que debe poseer una estructura organizacional alineada con la misión y visión, el cómo definir cada proceso, realizando una serie de actividades utilizando recursos y controles para transformar los elementos de entradas en resultados” (p. 123). Es decir, la empresa gracias a un sistema de proceso organizacional ara un uso eficiente de los recursos disponibles que acrediten calidad del producto o servicios.

Según Pinto Cristiani (2012), se trata de un esfuerzo impulsado desde la alta gerencia de las organizaciones, con el propósito de mejorar la eficiencia del personal y, con ello, alcanzar los objetivos organizacionales, adaptándose a nuevas tecnologías, a las exigencias del mercado y a diversas retos que contribuyen al aumento de la productividad, a fin de mejorar el ambiente asociativo.

Teoría de la competitividad

Capacidad de una organización para implementar estrategias diferenciadoras que mejoren su posición en el mercado. En este mismo sentido, “consiste en una estrategia que no está siendo implementada actualmente por otras empresas y que facilita la reducción de costos, la explotación de oportunidades de mercado y la neutralización de amenazas competitivas” (Wongsansukcharoen y Thaweepaiboonwong, 2023, p. 5).

Según Cardona et al. (2021), sostiene como “capacidad que tienen sus habitantes individuales y colectivamente de identificar, crear y aprovechar, con el apoyo del estado, en beneficio de todos, en forma permanente y sostenible, creando valor agregado, a partir de aprovechamiento y mejoramiento de sus activos tangibles” (p. 5449). Los cuales comprenden como; recursos naturales y capital ambiente e intangibles como; capital social, cultural e instrucciones, sociedad de conocimiento. Para Ramirez y Ampudia (2018), donde afirma “es un factor importante en el entorno organizacional, en donde la revolución tecnológica facilita la comunicación entre países y mejorar la productividad, evidenciando las cualidades y debilidades de la empresa” (p. 30).

Dimensiones de competitividad

Producción y operaciones

Esta dimensión, es muy importante dentro de la competitividad de la empresa, que implica en los procesos de producción, uso de herramientas de producción, certificaciones, flexibilidad en los procesos de productivos, planeación de materias primas e insumos, y otros; los cuales conllevan a que la empresa reaccione en corto plazo ante los cambios de la demanda y factores externos de la organización (Ibarra et al., 2017).

Tiene que ver con los resultados que se obtienen en un proceso o un sistema, por lo tanto “es lograr mejores resultados considerando los recursos empleados para generarlos, donde los resultados logrados se mide en las unidades producidas o en utilidades y los recursos empleados se cuantifican por la cantidad de trabajadores, tiempo, horas máquina, etc.” (Gutierrez Pulido, 2010, p. 21).

Para Galindo y Rios (2015), afirma “es una medida de que tan eficiente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico; donde la productividad alta implica producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital” (p. 2). Es decir, consiste en la valoración adecuada de cada recurso que se emplea

Contabilidad y finanzas

Para Ibarra (2017), afirma que “gran parte del éxito o fracaso de las empresas se relaciona con el acceso a financiamiento y estrategias para hacer uso adecuado de todos los recursos económicos” (p. 115). Por lo tanto, debe tener bien definida estructura de costos, margen de ganancias, administración financiera y otros aspectos que conlleven a una alta competitividad.

Asimismo, según Aguirre et al. (2020), afirma “es el desempeño financiero que la empresa cree pertinente para la toma de decisiones sobre el financiamiento” (p. 52). Una medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales. Por consiguiente, según Cerquín y De la Cruz (2022) indica que “es el margen de beneficio promedio de la empresa por la totalidad de sus inversiones realizadas a fin de mostrar la rentabilidad del activo” (p. 75).

Aseguramiento de calidad

Según Ibarra (2017), señala esta dimensión “determina el nivel de implementación de normas de calidad, certificaciones, programas para enfrentar contingencias” (p. 115). Cuyas características al ser evidenciadas hacen que la empresa tenga mayor nivel de competitividad en cada proceso. El factor calidad es fundamental, que se encuentra en la orientación al cliente, quienes se inclinan por productos o servicios de calidad, cuya implementación en las empresas generan un costo alto, sin embargo, es de recuperación a mediano plazo (Saavedra y Tapia, 2013).

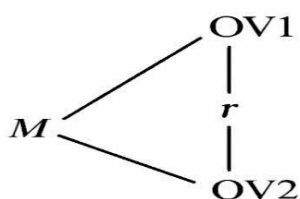
METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo básico, también llamada pura o fundamental, ya que su principal objetivo es profundizar el conocimiento científico. Como señalan Charaja Cutipa (2018), afirma que este tipo de estudios “no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos” (p. 25). En otras palabras, busca enriquecer la teoría existente con nuevos hallazgos, sin pretender resolver problemas prácticos de manera directa. En ese sentido la presente investigación titulada asociatividad y competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario del distrito de Lambrama busca incrementar conocimientos a las variables relacionadas para enriquecer el caudal de conocimiento ya existe. Nivel de investigación: La presente investigación corresponde a un estudio de nivel correlacional, ya que su propósito es analizar la relación entre la variable asociatividad y competitividad. En este sentido, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), señalan que el alcance de una investigación correlacional “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más variables, categorías o conceptos en una muestra o contexto determinado” (p. 109). Este enfoque permite identificar la intensidad y dirección del vínculo entre las variables, sin establecer una relación causal directa entre ellas.

En este mismo sentido como señala Arias (2016), sostiene los estudios correlacionales buscan “determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables” (p. 25). Para ello, primero se miden ambas variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y técnicas estadísticas, se estima su relación, su utilidad radica en comprender cómo se puede comportar una variable a partir del comportamiento de otra, lo cual es clave para el análisis propuesto en esta investigación.

Diseño de investigación: Esta investigación adopta un diseño no experimental, ya que no se manipulan deliberadamente las variables de investigación. Como explican Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), afirman este tipo de estudios se caracterizan por realizarse “sin la manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 175). En otras palabras, la investigación no experimental se centra en observar y analizar los fenómenos en su contexto natural, sin alterar intencionalmente las variables independientes para medir sus efectos.

Por su parte, Maldonado Pinto (2018), indica que la investigación es de carácter no experimental se da cuando las variables no se manipulan, el ajuste es sin control, los datos se recopilan sin realizar cambios o introducción de tratamiento. El estudio se centro en encontrar hechos para determinar la naturaleza en el que se desarrolla asociatividad y competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario del Distrito de Lambrama



Donde:

M = Número de socios productores pecuarios del Distrito de Lambrama.

OV1= Observación de la variable asociatividad.

OV2 = Observación de la variable competitividad, r = Nivel de relación existente.

La población y muestra La población en esta investigación está conformada por todos los sujetos que comparten características comunes y son de interés para el estudio. Según Ñaupas et al. (2018), “la población es la totalidad de individuos o elementos en los cuales se presenta una determinada característica, para ser estudiada” (p. 335). En este caso, la población está compuesta por cuatro asociaciones pecuarias formalizadas en el distrito de Lambrama, provincia de Abancay, que agrupan a un total de 84 productores dedicados a actividades del sector pecuario, como se detalla en el cuadro siguiente.

Tabla 1

Numero de asociaciones en el distrito de Lambrama, Apurímac

Nº	Asociación	Cadena productiva	Número de socios
1	Asociación de productores pecuarios Urpichas de Lambrama	laCuy	09
2	Asociación de productores piscicultores de Trucha Lambrama APL.	de Trucha	25
3	Asociación de productores pecuarios Obreritas de Santa Isabel de Caype	laAbejas	23
4	Asociación de productores ganaderos agrarios de Lambrama-APROGAL	yVacaLechera	27
TOTAL			84

Nota. Elaboración propia, en base a los datos de la Oficina de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Distrital de Lambrama y Gerencia Regional de desarrollo Económico de Apurímac (2023).

Muestra. - En esta investigación no fue necesario aplicar técnicas de muestreo, ya que la población resultó lo suficientemente accesible como para incluirla en su totalidad. Como lo señala Arias (2016), precisa “si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra. En consecuencia, se podrá investigar u obtener datos de toda la población objetivo” (p. 83). En ese sentido, se trabajó con todos los integrantes de la población y se empleó el estudio censal.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Descripción de resultados

Descripción de los datos generales de la investigación

Tabla 2

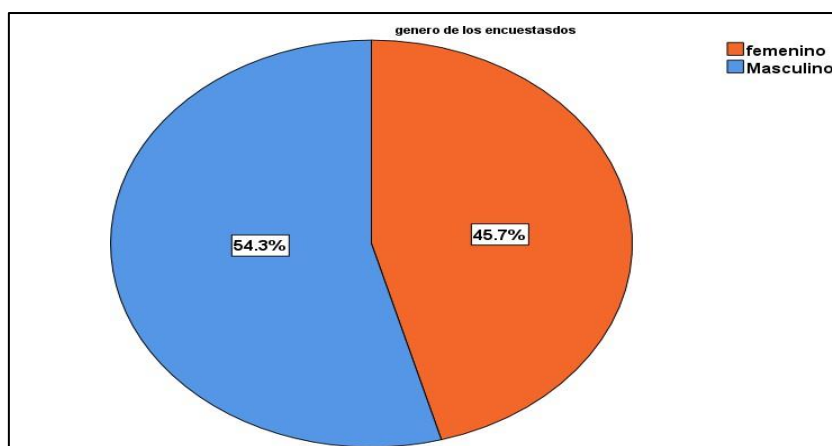
Genero de los productores del Distrito de Lambrama, 2026

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	39	45,7
	Masculino	45	54,3
Total		84	100,0

Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

Figura 1

Genero de los productores del Distrito de Lambrama, 2026



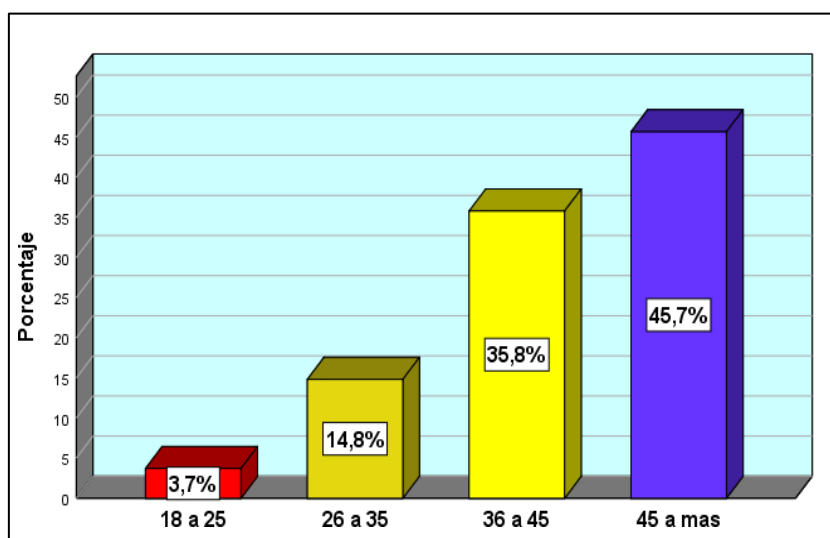
Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

De la tabla y figura presentadas se puede evidenciar que, de una muestra aplicada a 84 productores del sector pecuario del Distrito de Lambrama, el 54.3 % de los encuestados manifiestan ser del género masculino, lo cual equivale a un total de 45 varones que se dedican a esta actividad productiva, por otro lado, el 45.7 % corresponde al género femenino, lo que representa a 39 mujeres socias que también participan activamente en el sector. Por lo tanto, se puede afirmar que la mayoría de los productores encuestados son hombres, es decir tienen una mayor presencia dentro de las organizaciones vinculadas a la actividad pecuaria, sin embargo, también se evidencia una participación significativa de mujeres, lo que refleja un aporte importante del género femenino en el desarrollo del sector pecuario local.

Tabla 3*Edad de los productores del Distrito de Lambrama, 2026*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	18 a 25	4	3,7
	26 a 35	13	14,8
	36 a 45	29	35,8
	45 a mas	38	45,7
Total		84	100,0

Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00

Figura 2*Edad de los productores del Distrito de Lambrama, 2026.*

Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00

De la siguiente tabla y figura se puede observar que, a partir de una muestra aplicada a 84 productores del sector pecuario del Distrito de Lambrama, el 45.7% de los encuestados indicó tener una edad de 45 años a más, seguido por un 35.8% que afirmó encontrarse en el rango de 36 a 45 años, mientras que un 14.8% manifestó tener entre 26 y 35 años, y finalmente solo el 3.7% señaló estar entre los 18 y 25 años, lo cual indica una escasa incorporación de jóvenes en estas organizaciones. Por lo tanto, se puede deducir que la mayoría de los productores pecuarios del distrito de Lambrama son personas adultas de 45 años a más, lo que se deduce que las personas adultas son quienes mayoritariamente se encuentran en la localidad y lideran las actividades pecuarias en esta zona, lo que también podría estar relacionado con la experiencia acumulada en el rubro.

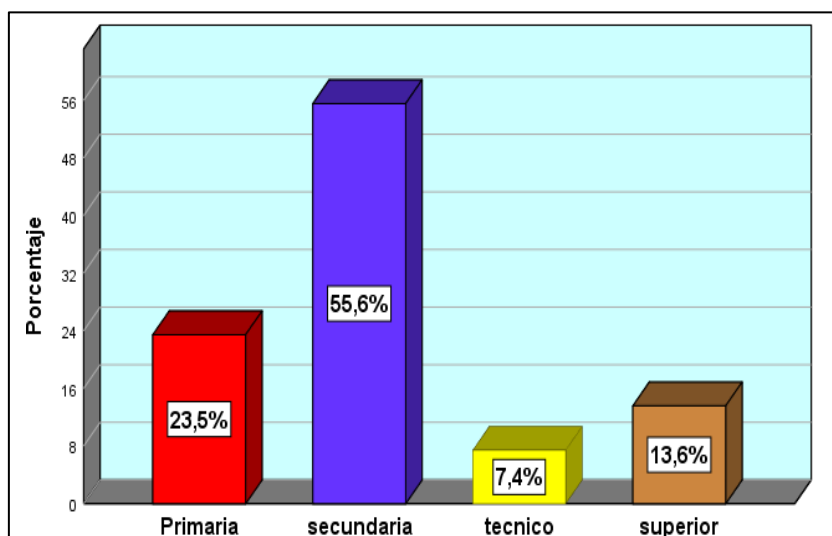
Tabla 4*Nivel de estudios de los productores del Distrito de Lambrama, 2026*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Primaria	20	23,5
	Secundaria	46	55,6
	Técnico	6	7,4
	Superior	12	13,6
Total		84	100,0

Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

Figura 3

Nivel de estudios de los productores del Distrito de Lambrama, 2026



Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

De la presente tabla y figura se puede observar de una muestra aplicada a 84 productores del sector pecuario del Distrito de Lambrama, el 55.6% de los socios indican tener un nivel de estudios de secundaria, seguido por el 23.5% de encuestados afirmar tener un nivel de estudios de primaria, mientras que el 13.6% opinan tener un nivel de estudios de superior y el 7.4% indica tener un nivel técnico. Es decir, que mayormente los productores pecuarios del Distrito de Lambrama son personas que tienen un nivel de estudios secundaria. Bajo este contexto se deduce que, el hecho de que mayoría de los productores pecuarios que están asociados sean aquellas personas que solo hayan cumplido su estudio secundario es un logro; sin embargo, existe las limitaciones que puedan surgir de contar con pocos profesionales, que coadyuven a mejorar la competitividad.

Tabla 5

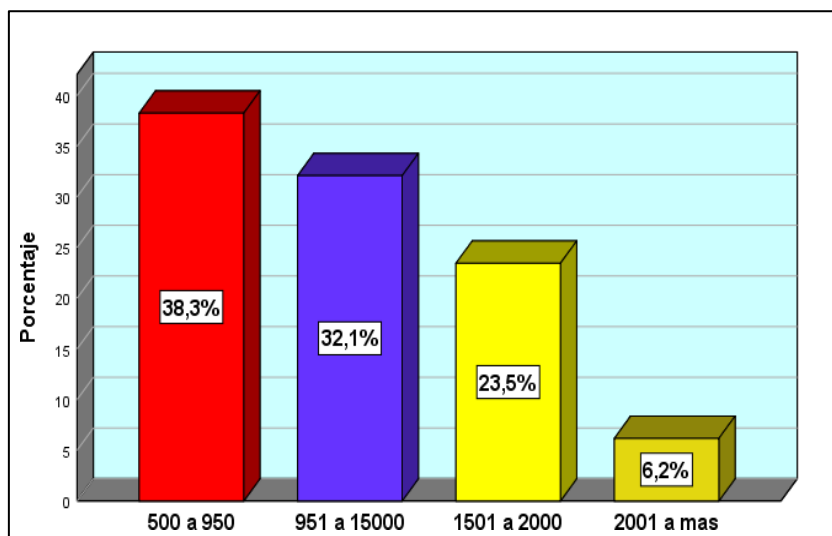
Nivel de ingresos de los productores del Distrito de Lambrama, 2026

	Frecuencia	Porcentaje	
	500 a 950	32	38,3
Válido	951 a 1500	26	32,1
	1501 a 2000	20	23,5
	2001 a mas	6	6,2
Total	84	100,0	

Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

Figura 4

Nivel de ingresos de los productores del Distrito de Lambrama, 2026



Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

De acuerdo con la tabla y figura, se puede apreciar que, a partir de una muestra aplicada a 84 productores del sector pecuario del distrito de Lambrama, los encuestados manifestaron que el 38.3% de los productores perciben un ingreso mensual promedio que oscila entre 500 y 950 soles, lo cual representa el grupo mayoritario dentro del total de participantes, mientras que un 32.1% indicó recibir entre 951 y 1500 soles mensuales, seguido por un 23.5% que señaló tener ingresos de 1501 a 2000 soles en promedio, y finalmente un porcentaje reducido del 6.2% manifestó contar con ingresos superiores a los 2001 soles. Por lo tanto, se puede inferir que una parte considerable de los productores pecuarios del distrito de Lambrama tiene ingresos económicos limitados, especialmente por debajo de los 950 soles mensuales, lo que evidencia ciertas dificultades para solventar los costos de producción, financiar sus emprendimientos de manera sostenida.

Tabla 6

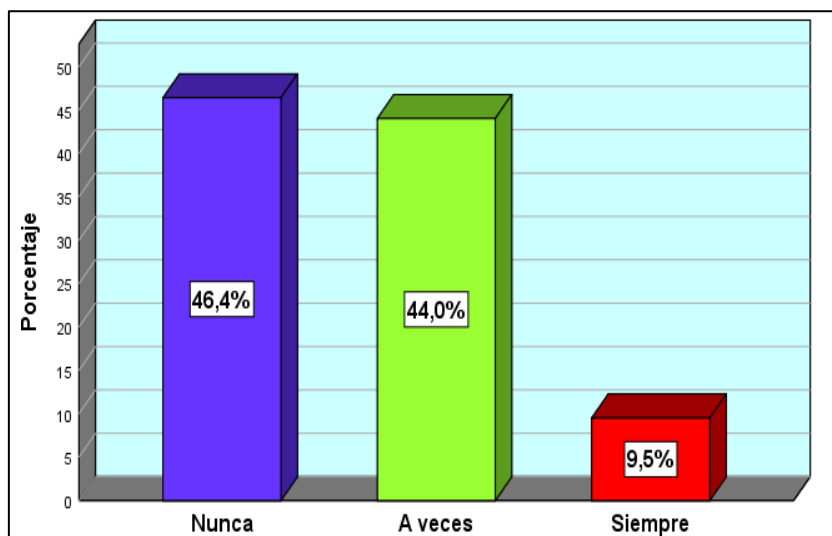
Asociatividad de los productores del sector pecuario

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	39	46,4
Válido A veces	37	44,0
Siempre	8	9,5
Total	84	100,0

Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

Figura 5

Asociatividad de los productores del sector pecuario



Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

Según a la tabla y figura se puede observar de una muestra seleccionada a 84 productores del sector pecuario del Distrito de Lambrama, se muestra que el 46.4% de los encuestados manifestaron que la asociatividad nunca se realiza de manera eficiente, seguido por un 44% de productores sostienen que la asociatividad se da de manera frecuente y el 5.9% de los socios indicaron que la asociatividad se da siempre. Por lo tanto, se deduce que la mayoría de productores pecuarios no se asocian de manera eficiente, probablemente debido a una serie de factores que los limitan o condicionan, como la desconfianza, la falta de liderazgo, problemas organizativos o escaso conocimiento de los beneficios del trabajo colaborativo, lo cual conlleva a que muchos opten por desarrollar sus actividades productivas de manera individual.

Tabla 7

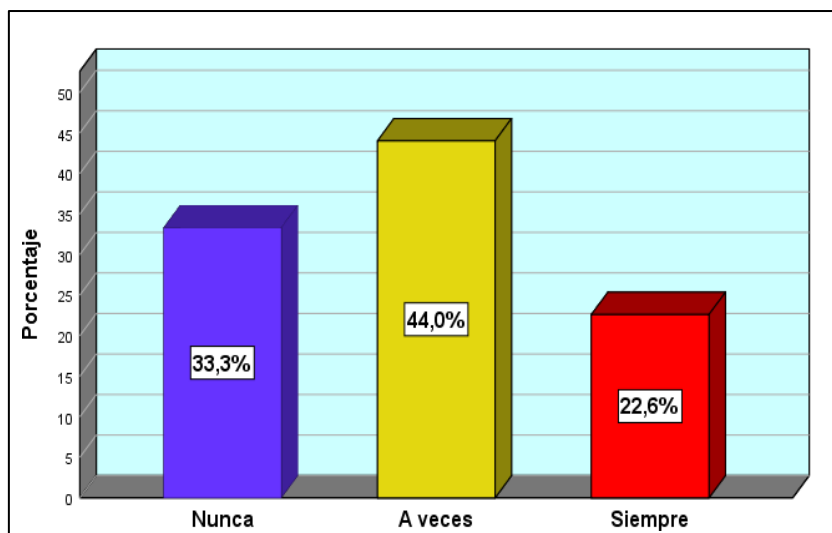
Comercialización de los productores del sector pecuario

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Nunca	28	33,3
A veces	37	44,0
Siempre	19	22,6
Total	84	100,0

Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

Figura 6

Comercialización de los productores del sector pecuario



Nota. Elaboración propia en base a los resultados obtenidos del SPSS versión 26.00.

De acuerdo con la tabla y figura se puede evidenciar que, a partir de una muestra aplicada a 84 productores del sector pecuario del distrito de Lambrama, el 44% de los encuestados afirmó que la comercialización de sus productos se da de manera regular, mientras que un 33.3% manifestó que la comercialización nunca se realiza de forma eficiente, y finalmente un 22.6% de los productores indicó que la comercialización siempre se desarrolla de manera eficiente, lo cual representa un grupo minoritario que posiblemente ha encontrado estrategias o condiciones favorables para acceder al mercado. Por lo tanto, se puede deducir que una proporción significativa de los productores reconoce la existencia de dificultades en la comercialización, ya sea por falta de organización, debilidad en la gestión comercial, escaso acceso a mercados o desconocimiento de estrategias adecuadas.

DISCUSIÓN

A partir de los hallazgos encontrados, se discutirá dichas conclusiones con los antecedentes de estudios pasados. En este mismo sentido se obtuvo el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,843 lo que indica que existe una correlación positiva alta entre la asociatividad y la competitividad. Además, la correlación es significativa dado que se obtuvo un p-valor de 0.000 menor a 0.05, lo que permite afirmar que la relación entre ambas variables es lineal y directamente proporcional, es decir a medida incrementa una variable hace efecto en el incremento de la otra. Por otra parte, en esta investigación se encontró ciertas limitaciones, al tratarse de un estudio básica, que solo busca ampliar el conocimiento teórico, sin abordar su aplicación práctica en el campo que importante en las asociaciones. Asimismo, de la población estudiada se excluyó a los productores en proceso de formalización y a las asociaciones productores del sector agrícola.

Los resultados obtenidos en la presente investigación, son mayores a los resultados de encontrados por García y Carbajal (2022), quienes hallaron que existe una relación positiva con un

valor de Rho de Spearman de 0,579, entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los productores de ajo. Concluyendo que falta fortalecer aspectos de relación de la producción, participación y cooperación entre productores, para la generación óptima de la competitividad. Los resultados de este estudio en la teoría utilizada fueron corresponden a mypes o pequeños emprendedores, desarrollando desde el mismo nivel y tipo de investigación, asimismo, la población de estudio fue compuesta por agricultores en general, mas no pertenecientes alguna asociación.

Por otro lado, según Yupanqui Huacre (2021), en su estudio también encontró una relación positiva y significativa entre la asociatividad y competitividad en la asociación de apicultores de Miski Wayta de Chincheros, esto se respalda con el coeficiente de correlación Rho de 0.829 y un p-valor de 0.000 menor a 0.05, obteniendo correlación positiva considerable. Este resultado coincide con el presente estudio, demostrando que, al promover constantemente estrategias asociativas, los productores logran mejorar su posicionamiento competitivo en el mercado. Sin embargo, una diferencia metodológica radica en que dicho autor estudio con una sola asociación, mientras que el presente estudio incluyó a cuatro asociaciones formalizadas del sector pecuario, lo que amplía la diversidad y representatividad de la muestra analizada a nivel Distrital.

Este resultado coincide con el estudio de Paricanaza (2021), quien halló una correlación positiva moderada $r = 0.512$; $p < 0.05$ entre ambas variables en pequeños productores de quinua en Puno, donde ambos estudios destacan que la asociatividad fortalece el acceso a recursos, mercados y capacidades técnicas, mejorando el rendimiento competitivo. Pero, sin embargo, la diferencia en el grado de correlación podría atribuirse al tipo de producción, nivel organizacional o contexto económico.

Concerniente al objetivo específico 1, se determinó que existe una relación positiva entre la comercialización y la competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario del Distrito de Lambra, Provincia de Abancay, 2023. Con un coeficiente de correlación Rho de Spearman fue de 0,718, lo que indica que existe una correlación positiva y alta entre la comercialización y la competitividad. Además, esta relación es lineal, lo que significa que, a medida que uno de los factores evaluados aumenta, también tiende a incrementarse la otra variable.

CONCLUSIONES

Primero: Concerniente al objetivo general, se pudo determinar que existe una relación positiva entre la asociatividad y la competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario; con la aplicación del estadístico de coeficiente de correlación rho de Spearman se obtuvo como resultado el valor de 0,843 lo que indica que existe una correlación positiva alta entre ambas variables. Asimismo, el nivel de relación de las variables es significativa por lo que se obtuvo el P-valor igual a 0,000 que es menor a $\alpha = 0.05$, es decir, que el grado de asociación a medida que aumenta la asociatividad también aumenta la competitividad, del cual se infiere que

la adopción de actividades como la comercialización de los productos, la obtención de fuentes de financiamientos rentables y mejoras en el proceso organizacional de los productores, permiten mejorar la competitividad.

Segundo: En base al primer objetivo específico, se obtuvo como resultado que existe una relación positiva entre la comercialización y la competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario, con la aplicación del estadístico de coeficiente de correlación Rho de Spearman se obtuvo como resultado el valor de 0,718 lo que indica que existe una correlación positiva alta. Por consiguiente, el grado de relación es significativa con un P-valor de 0.000, que es menor a $\alpha = 0.05$, entonces la relación, quiere decir que el aumento en una de las variables ocurre un incremento de la otra, del cual se infiere que, la comercialización efectiva puede ser un factor diferenciador para las organizaciones productoras del sector pecuario, quienes pueden mejorar su posición competitiva.

Tercero: Existe una relación positiva entre el financiamiento y la competitividad de las organizaciones productores del sector pecuario, con la aplicación del estadístico de coeficiente de correlación Rho de Spearman se obtuvo el resultado de 0,710 lo que indica que existe una correlación positiva y alta. Además, la correlación para este objetivo es significativa obteniendo el valor de 0,000 que es menor a $\alpha = 0.05$, es decir que el incremento en una de las variables exige el aumento en el otro, concluyendo que, los productores pecuarios deben priorizar y maximizar el acceso al financiamiento, para invertir en tecnologías, infraestructura y capacitación, el cual permitirá aumentar la competitividad.

REFERENCIAS

- Buenhombre Vasquez, M. A., & Mariño Becerra, G. Y. (2022). Asociatividad como estrategia de productividad y competitividad del sector agrícola. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 619-633. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.15>
- Muñoz Razo, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Pearson Educación. https://www.hugoperezidiart.com.ar/tallerdetesis-ppt/Munoz_Razo_Como_Elaborar_y_Asesorar_una_Investigacion_de_Tesis_Caps-6-y-7.pdf
- Ríos Ramírez, R. R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Servicios Académicos Intercontinentales S.L. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/index.html?id=1662>
- Agreda Licas, J. P., & Zavala Agreda, K. J. (2020). *La asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020*. Universidad César Vallejo.Repositorio Ucv. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/57153>
- AgroPerú. (2024, 24 de abril). *Apurímac fortalecerá planes de negocio de 17 cadenas productivas con S/6.7 millones*. <https://www.agroperu.pe/apurimac-fortalecera-planes-de-negocio-de-17-cadenas-productivas-con-s-6-7-millones/>
- Aguirre Sajami, C. R., Barona Meza, C. M., & Davila Davila, G. (2020). *La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial*. *Revista De Investigación Valor Contable*, 7(1), 50-64. https://rivc.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396
- Altamirano Perez, E., & Larrea Torres, M. (2016). *Planeamiento estratégico financiero para aumentar la rentabilidad de la empresa agrícola El Roble S.A.C. Chiclayo 2016*. Universidad Señor de Sipán. Repositorio Institucional de la Universidad Señor de Sipán. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4488>
- Anaya Ureña, A. (2020). *Efecto de la asociatividad en la productividad de los productores de cuyes del distrito de Sapallanga - Huancayo 2019*. Universidad Continental. Repositorio Institucional Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8236/3/IV_FIN_108_TE_A_naya_Ure%C3%B1a_2020.pdf
- Aponte Lopez, A. C. (2021). *Asociatividad empresarial como una estrategia para la competitividad*. *Opinión Pública*(16), 58-69. <https://doi.org/https://doi.org/10.52143/2711-0281.704>
- Arias Gonzáles, J. L., Holgado Tisoc, J., Tafur Pittman, T. L., & Vasquez Pauca, M. J. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

<https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>

- Arias, F. G. (2016). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (7ª ed.). Editorial Episteme. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Arroyo Morales, A. (2020). Metodología de la investigación en las ciencias empresariales. Universidad Nacional de San Antonio Abad del cusco . <http://repositorio.unsaac.edu.pe>
- Balarezo Soria, V. M. (2017). La asociatividad y su incidencia en las condiciones económicas de los productores de cacao de la parroquia Moraspungo, Cantón Pangua. Universidad Tecnológica Indoamérica. Repositorio Uti. <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/467/1/Tesis%20Balarezo%20Soria%20Viviana%20Maribel.pdf>
- Banco Mundial. (2020). Transformar los sistemas alimentarios para alimentar al futuro de América Latina y el Caribe. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/11/12/agriculture-food-systems-latin-america-caribbean-changes>
- Bardales Reina, A. L., & Miranda Alvarado, L. Y. (2022). Asociatividad y competitividad de los productores exportadores de cacao en la Región Amazonas 2019. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Repositorio upc. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/667142>
- Benson, A., & Zamora-Duque, A. (2023). Dinámicas y determinantes del fortalecimiento de la asociatividad rural: el caso de Colombia. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 143. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/REVE.85555>
- Caba Villalobos, N., Chamarro Altahona, O., & Fontalvo Herrera , T. J. (2022). Gestión de la Producción y Operaciones. https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55847.pdf
- Canabal, C., & Margalef , L. (2017). La retroalimentación: la clave para una evaluación orientada al aprendizaje. Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado, 21(2), 149-170. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56752038009>
- Cardona Hernández, L. C., Reyes Pineda, H., & Gutiérrez Robledo, R. (2021). Asociatividad y liderazgo con productores agropecuarios del Departamento del Quindío. South Florida Journal of Development, 2(4), 5445-5453. <https://doi.org/https://doi.org/10.46932/sfjdv2n4-034>
- Carro Paz, R., & Gonzales Gomez, D. (2012). Administracion de la calidad total. Universidad Nacional de Mar del Plata. Repositorio Nulan. https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1614/1/09_administracion_calidad.pdf
- Castellano M., J. G. (2010). La asociatividad como fenómeno evolutivo, análisis de casos colombianos. Revista Escuela de Administración de Negocios(68), 100-111. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n68.2010.499>

- Cerquin Cusquisibin, N. M., & De la Cruz Huatay, C. M. (2022). Asociatividad empresarial y la competitividad en la empresa Industria Alimentaria Huacariz S. A. C., Cajamarca, 2022. Universidad Privada del Norte. Repositorio UPN. <https://hdl.handle.net/11537/32023>
- Charaja Cutipa, F. (2018). El MAPIC en la investigación científica. Corporación Sirio EIRL.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración (Décima ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Colomé Perales, R., & Pozo Gavín, B. (2013). Gestión del aprovisionamiento. Repositorio institucional de la UOC. <http://hdl.handle.net/10609/75847>
- Fernández Bedoya, V. (3 de Julio de 2020). Tipos de justificación en la investigación científica. 4(3), 65-76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Ferrando Perea, A. (2015). Asociatividad para mejora de la competitividad de Pequeños Productores Agrícolas. Anales Científicos, 76(1), 177-185. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>
- Fortater, M., MacGillvray, A., & Raynard, P. (2018). Acceso a los mercados y comercio responsable. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. https://doi.org/https://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/sites/default/file/s/acceso_a_los_mercados_y_comercio.pdf
- Galindo , M., & Rios , V. (Agosto de 2015). Productividad. En Serie de Estudios Económicos. México DF: México ¿cómo vamos? <https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508-mexicoproductivity.pdf>
- García Pérez, S. L. (2017). Las empresas agropecuarias y la administración financiera. Revista Mexicana de Agronegocios, 21(40), 583-594. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14152127007>
- García Villanueva, K. J., & Carbajal Zea, O. R. (2022). La asociatividad y la competitividad empresarial para la exportación de ajo de los productores del distrito de Alto Cural, Arequipa 2021. Universidad Tecnológica del Perú. Repositorio UTP. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/6468>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (1ª ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>
- Ibarra Cisneros, M. A., Gonzalez Torres , L. A., & Demuner Flores, M. R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. Estudios Fronterizos, 18(35), 107 - 130. <https://doi.org/https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Ilibay Iivay, J. A. (2019). Plan de comercialización para una empresa de ropa infantil. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Repositorio Institucional PUCESA. <https://catalogobiblioteca.puce.edu.ec/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=222496>

- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2017). Institucionalidad de apoyo a la asociatividad en América Latina y el Caribe: Un análisis en países seleccionados. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/6326>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). Manual 5: El mercado y la comercialización. <https://repositorio.iica.int/items/ab8c7b4d-8730-427b-bce3-640194f0bb84>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). Manual 8: Bases de la organización asociativa. <https://repositorio.iica.int/server/api/core/bitstreams/ba173098-fe67-41a4-ae54-954c7004a5a8/content>
- Instituto Nacional de Innovación Agraria. (2021). Agenda Regional de Innovación Agraria Apurímac 2021-2025. <https://hdl.handle.net/20.500.12955/1578>
- Jabaloyes Vivas, J., Carot Sierra, J., & Carrion Garcia, A. (2020). Introducción a la gestión de la calidad (3ª ed.). Editorial Universitat Politècnica de València.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principios de marketing (14ª ed.). Pearson Educacion. https://claudiobasile.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/marketing_kotler-armstrong.pdf
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. Foreign Affairs, 73(2), 28-44. <http://gesd.free.fr/krugman94.pdf>
- Libra Briceño, P. (2009). Finanzas y financiamiento: Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer. Nathan Associates Inc. https://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS_FINANCIAMIEN TO.pdf
- Lombana, J., & Rozas, S. (2009). Marco analítico de la competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. Pensamiento y Gestion(26), 1-38. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64612291002.pdf>
- Maldonado Pinto, J. E. (2018). Metodología de la investigación social: paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario (1ª ed.). Ediciones de la U. <https://books.google.com.pe/books?id=FTSjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi86ueS>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2021). Decreto Supremo N° 17-2021-MIDAGRI: Aprueban disposiciones para la mejora de la competitividad en los productores agropecuarios. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/normas-legales/2061745-0017-2021-midagri>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2024). Midagri: producción nacional agropecuaria creció 4.9% en 2024. <https://agraria.pe/noticias/midagri-produccion-nacional-agropecuaria-crecio-4-9-en-2024-38498>
- Ministerio de Economía y Finanzas . (2018, 31 de diciembre). Decreto Supremo N.º 345-2018-

- EF: Aprueban la Política Nacional de Competitividad y Productividad . Diario el Peruano. Ministerio de Economía y Finanzas. (2012, 28 de junio). Decreto Supremo N.º 103-2012-EF; Aprueban Reglamento de la Ley que establece Disposiciones para apoyar la Competitividad Productiva.
- Paricanaza Paricanaza, L. F. (2021). La asociatividad como estrategia para mejorar competitividad en la producción de quinua de los pequeños productores del centro poblado de Chucaripo, Puno 2021. Universidad Alas Peruanas. Repositorio UAP. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/11235>
- Pazmiño Guevara, L. V., & Álvarez Tello, J. R. (2021). Estrategias de Asociatividad para la Comercialización de Productos Agroecológicos. Retos de la Ciencia, 112-123. <https://www.retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/378/421>
- Pérez Sisa, F. G. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. Revista Eruditus, 1(2), 39-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.35290/re.v1n2.2020.308>
- Pinto Cristiani, M. E. (2012). Desarrollo organizacional. Red Tercer Milenio S.C. https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/y6s5r3_desarrollo%20organizacional%203.pdf
- Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. Harvard Business Review. https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Prado, C. A. (2018). Competitividad y asociatividad empresarial en pequeñas y medianas empresas del sector comercio en Ciudad Obregón. Obregon: Instituto Tecnológico de Sonora. <https://www.itson.mx/oferta/mgo/Documents/Carmen%20Prado.pdf>
- Proaño Castro, M. F., Martillo Pazmiño, I. O., & Segarra Jaime, H. P. (2022). La asociatividad como estrategia financiera para el desarrollo de los emprendimientos de las madres
- Ramírez García, A. G., & Pérez Peralta, C. M. (2018). Competitividad en las organizaciones de productores de aguacate en Sucre, Colombia. Cuadernos de Desarrollo Rural, 15(81). <https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr15-81.copa>
- Ramirez Molina, R. I., & Ampudia Sjogreen, D. E. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial. RECITIUTM Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo, 4(1), 16-32. <https://hdl.handle.net/11323/2249>
- Ricardo, D. (1817). Principios de economía política y tributación. Fondo de Cultura Económica. <https://archive.org/details/ricardo-economia-libro/page/n6/mode/1up>
- Rubio Bañón, A., & Aragón Sánchez, A. (2007). Recursos Estratégicos de las Pymes. Revista Europa de Dirección y Economía de la Empresa, 17(1), 103-126. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2581343>