

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ECONOMISTA**

**VENTAJA COMPETITIVA Y CADENA PRODUCTIVA DE
TARA DE LA PROVINCIA CHACHAPOYAS, AMAZONAS
2021**

Autora:

Bach. Ceci Soñita Curse Vargas

Asesores:

Dr. Elías Alberto Torres Armas


Msc. Edinson Cueva Vega

Registro:(....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2022

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OBTENIMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
 BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL.

ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

- Datos de autor 1**

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Curse Vargas Ceci Sorita

DNI N°: 74219068

Correo electrónico: curse.v1998@gmail.com

Facultad: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela Profesional: Economía

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____

DNI N°: _____

Correo electrónico: _____

Facultad: _____

Escuela Profesional: _____
- Título de la tesis para obtener el Título Profesional**

"Ventaja Competitiva y Cadena Productiva de Tapa de la provincia Chachapoyas Amazonas 2021"
- Datos de asesor 1**

Apellidos y nombres: Dr. Hias Alberto Torres Armas

DNI Pasaporte, C.E N°: 180 33004

Open Research and Contributor-ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8272-0270> <https://orcid.org/0000-0003-2774-2055>

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: Mg. Johnson Cuervo Vega

DNI Pasaporte, C.E N°: 40 25 40 32

Open Research and Contributor-ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8272-0270> <https://orcid.org/0000-0001-5102-7594>
- Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica- Inmunología)**


https://repositorio.cecytec.gob.pe/handle/tesis/tesis_torid.html

ciencias sociales, economía y negocios, economía
- Originalidad del Trabajo**

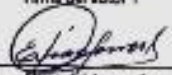
Con la presentación de esta ficha, el(a) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.
- Autorización de publicación**

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Terribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la licencia creative commons de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejándole constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

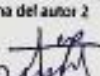
Chachapoyas 20, September, 2022




Firma del autor 1



Firma del Asesor 1



Firma del autor 2



Firma del Asesor 2

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es dedicado:

A mi papito Humberto allá en el cielo, a mi mamita Cecilia por brindarme su apoyo, valores, enseñanzas que logré aplicar durante toda mi carrera profesional.

A mis padres Nilda Vargas y Blas Freddy Curse por darme su amor apoyo y ejemplo, gracias por la confianza que tienen en mí, eso me da mucha seguridad en mi misma.

AGRADECIMIENTO

A Dios grande por todas sus bendiciones

A mis familiares, amigos y a todas las personas que estuvieron ahí, para que esta meta se
haga realidad

A mis asesores Dr. Elías Alberto Torres Armas y Msc. Edinson Cueva Vega por sus
enseñanzas y por guiarme en todo momento.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**DR. POLICARPIO CHAUCA VALQUI
RECTOR**

**DR. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**DRA. FLOR TERESA GARCIA HUAMÁN
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

**MG. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ
DECANO (E) FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL

PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-K

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada.....

"Ventaja Competitiva y Cadena Productiva de Tava de la
Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021"

del egresado ^{Bn.} Ceci Sonita Curse Vargas.....

de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.....


Escuela Profesional de Economía.....

de esta Casa Superior de Estudios.



El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 21 de JUNIO del 2022


Firma y nombre completo del Asesor
Dr. Elías Alberto Torres Armas

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL

PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-K

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (x) / Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada.....
"Ventaja Competitiva y Cadena Productiva de Tora de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021"
del egresado Bach. Ceci Soñita Curse Vargas
de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela Profesional de Economía
de esta Casa Superior de Estudios.

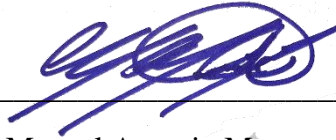
El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 21 de Junio del 2022

Firma y nombre completo del Asesor
Mg. Edinson Cueva Vega

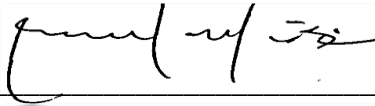


JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



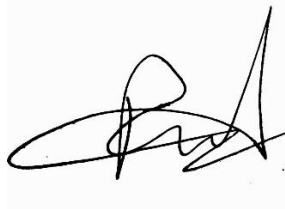
Mg. Manuel Antonio Morante Dávila

PRESIDENTE



Dr. Benjamin Roldan Polo Escobar

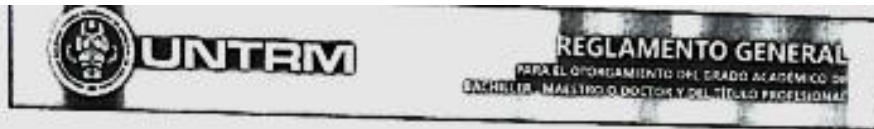
SECRETARIO



Mg. Ester Roxana Muñoz Torres

VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



ANEXO 3-O

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Ventaja competitiva y cadena productiva de tara de la provincia de Chachapoyas, Amazonas 2021

presentada por el estudiante [] egresado (X) **Ceci Soñita Curse Vargas**

de la Escuela Profesional de **Economía**

con correo electrónico institucional **7421906851@untrm.edu.pe**

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene **13** % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.

Chachapoyas, **20** de **julio** del **2022**




SECRETARIO
Dr. Benjamín Roldán Polo Escobar


PRESIDENTE -
Mg. Manuel Antonio Morante Dávila


VOCAL
Mg. Ester Roxana Muñoz Torres

OBSERVACIONES:

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 18 de agosto del año 2022, siendo las 9:00 horas, el aspirante: Ceci Soñita Curva Vargas, defiende en sesión pública presencial (X) / a distancia () la Tesis titulada: Ventaja Competitiva y Cadena Productiva de tava de la Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021, teniendo como asesor a Dr. Elías Alberto Torres Armas y Mg. Edwin Curva Vera, para obtener el Título Profesional de Economista, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Manuel Antonio Merante Dávila.

Secretario: Dr. Benjamín Roldán Polo Escobar

Vocal: Mg. Ester Roxana Muñoz Torres

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

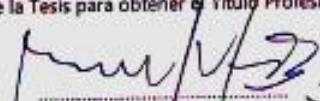
Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional en términos de:

Aprobado (X) Desagrobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 10:30 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

ÍNDICE O CONTENIDO

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS.....	v
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS.....	vi
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS.....	vii
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS.....	viii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	ix
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	x
ÍNDICE O CONTENIDO.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	19
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	26
2.1. Tipo y diseño de Investigación.....	26
2.2. Población y Muestra.....	27
2.3. Variables de estudio.....	29
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
2.5. Análisis de datos.....	31
III. RESULTADOS.....	32
3.1. Diagnóstico de la producción de tara de la provincia de Chachapoyas ...	32
3.2. Cadena productiva de la tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas .	43
3.3. Ventaja competitiva los productores de la tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas	57

3.4.	Relación entre cadena productiva y ventaja competitiva	72
IV.	DISCUSIÓN.....	73
V.	CONCLUSIONES	75
VI.	RECOMENDACIONES	76
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
	ANEXOS.....	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021 por Distritos.	27
Tabla 2 Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021 por Distritos.	28
Tabla 3 Operacionalización de la Variable Ventaja Competitiva.....	29
Tabla 4 Operacionalización de la Variable Cadena Productiva.....	30
Tabla 5 Tara (<i>Caesalpinia Spinosa</i>) en los Distritos de la Provincia de Chachapoyas Registrados en el ARA- Amazonas, 2019	33
Tabla 6 Precio (S/.) de la Tara de la Provincia de Chachapoyas, 2017-2021	34
Tabla 7 Producción (Kg) de la Tara de la Provincia de Chachapoyas, 2017-2021	38
Tabla 8 Área cultivada (Ha) de la Tara de la Provincia de Chachapoyas, 2017-2021	42
Tabla 9 Dimensiones, Subdimensiones e Indicadores de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.	45
Tabla 10 Dimensiones y subdimensiones de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.	55
Tabla 11 Dimensiones de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.....	56
Tabla 12 Dimensión, Subdimensiones e Indicadores de la Ventaja Competitiva los Productores de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.	59
Tabla 13 Dimensiones y Subdimensiones de la Ventaja competitiva los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.	70
Tabla 14 Dimensiones de la Ventaja Competitiva de los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.	71
Tabla 15 Ventaja Competitiva y Cadena Productiva de los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Eslabones de una cadena productiva.....	20
Figura 2	Esquema de investigación.....	26
Figura 3	Mapa de la Provincia con los Distritos Observados en la Muestra.....	32
Figura 4	Precio Promedio (s/.) de la Tara en el Distrito de la Jalca Grande, 2017-2021.	35
Figura 5	Precio promedio de la Tara en el Distrito de Magdalena, 2017-2021.....	35
Figura 6	Precio Promedio de la Tara en el Distrito de San Isidro de Maino, 2017-2021.	35
Figura 7	Precio Promedio de la Tara en el Distrito de Sonche, 2017-2021.	36
Figura 8	Precio Promedio de la Tara en el Distrito de Chiquin, 2017-2021.....	36
Figura 9	Precio Promedio de la Tara en el Distrito de San Francisco de Daguas, 2017-2021.	36
Figura 10	Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de la Jalca Grande, 2017-2021.	39
Figura 11	Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de Magdalena, 2017-2021.	39
Figura 12	Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de San Isidro de Maino, 2017-2021.	39
Figura 13	Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de Sonche, 2017-2021.....	40
Figura 14	Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de Chiquin, 2017-2021. .	40
Figura 15	Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de San Francisco de Daguas, 2017-2021.....	40
Figura 16	Área Promedio (Ha) Cultivada de la Tara de la Provincia de Chachapoyas 2017-2021.	42
Figura 17	Cadena Productiva.....	43
Figura 18	Indicadores de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.....	46
Figura 19	Materia Prima de Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021. .	47
Figura 20	Mano de Obra de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas.	48
Figura 21	Costos Indirectos de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas.	49

Figura 22 Plantas Procesadoras de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.	50
Figura 23 Almacenamiento de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.	51
Figura 24 Transporte Terrestre de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas	52
Figura 25 Estrategias Comerciales de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas	53
Figura 26 Planificación Comercial de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.	54
Figura 28 Dimensiones de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.....	57
Figura 29 Indicadores de Ventaja Competitiva los Productores de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas	60
Figura 30 Costos Directos e Indirectos de Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.	61
Figura 31 Maquinarias Modernas de Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021	62
Figura 32 Control de Mermas de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021	63
Figura 33 Productos de Calidad de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021	64
Figura 34 Innovación de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.	65
Figura 35 Reputación de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.	66
Figura 36 Promociones y Descuentos de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021	67
Figura 37 Línea de Producto de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021	68

Figura 38 Especialización del Producto de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021	69
Figura 39 Dimensiones y Subdimensiones de la Ventaja Competitiva los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.	70
Figura 40 Dimensiones de la Ventaja Competitiva de los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021.....	71

RESUMEN

La tara mayormente conocida como taya siendo su nombre científico (*Caesalpineia Spinosa*), es una planta de origen peruano, se utilizó desde la época pre- hispánica en la medicina popular. Según la dirección general de promoción agraria, el Perú es denominado como el primer productor de tara a nivel mundial y proporciona el ochenta por ciento de la demanda mundial; a nivel farmacéutico, la tara se encuentra integrada dentro de las medicinas gastroenterológicas, y es utilizada como remedio para las enfermedades como la úlcera y reconocida por sus efectos cicatrizantes, astringentes, entre otros. La siguiente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre ventaja competitiva y cadena productiva de tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021. El método utilizado para la investigación fue con enfoque cuantitativo, no experimental, transversal, aplicado y correlacional; se aplicó una encuesta a los 117 productores de tara; las cuales estaban valoradas en función a la puntuación obtenida de las respuestas de cada ítem, así como también cada una de sus dimensiones y subdimensiones de cada variable la ventaja competitiva y la cadena productiva. Posteriormente los datos recolectados se ingresaron al excel y al spss para ser procesados para contraste de la hipótesis empleando la prueba chi cuadrado. Finalmente se llegó a la conclusión que el 99% de los productores de tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas, tienen la ventaja competitiva y cadena productiva mala y solo el 0.09% regular; la prueba chi cuadrado indicó de las variables ventaja competitiva y cadena productiva si existe relación significativa.

Palabras Claves:

Ventaja Competitiva, Cadena productiva, Costes, Diferenciación, Segmentación.

ABSTRACT

The tara, mostly known as taya, being its scientific name (*Caesalpinea Spinosa*), is a plant of Peruvian origin, used since pre-Hispanic times in popular medicine. According to the general directorate of agrarian promotion, Peru is named as the first producer of tara worldwide and provides eighty percent of the world demand; At the pharmaceutical level, the tare is integrated into gastroenterological medicines, and is used as a remedy for diseases such as ulcers and recognized for its healing, astringent effects, among others. The objective of the following investigation was to determine the relationship between competitive advantage and the tare production chain of the Chachapoyas province, Amazonas 2021. The method used for the investigation was with a quantitative, non-experimental, transversal, applied and correlational approach; a survey was applied to the 117 tara producers; which were valued based on the score obtained from the responses to each item, as well as each of its dimensions and subdimensions of each variable, the competitive advantage and the production chain. Subsequently, the collected data was entered into Excel and Spss to be processed to contrast the hypothesis using the chi squared test. Finally, it was concluded that 99% of the tara producers in the Chachapoyas province, Amazonas, have the competitive advantage and poor production chain and only 0.09% regular; the chi square test indicated whether there is a significant relationship of the variables competitive advantage and productive.

Chain Keywords:

Competitive Advantage, Production Chain, Costs, Differentiation, Segmentation, Production, Transformation, Marketing.

I. INTRODUCCIÓN

El Perú es considerado el primer exportador de tara, siendo una de las 17 oportunidades de eco comercio más significativos del país. Las perspectivas concentra el 80 % de exportación de tara siendo importante en el mercado internacional en aumento, por lo que es necesario una mayor motivación para incrementar su cultivo y así poder satisfacer la demanda de mercado (DGPA, Boletín de tara y comercio en el Perú, 2019). En Amazonas la tara es uno de los principales productos para la exportación, donde la demanda internacional viene creciendo, pero necesita insumos de calidad y características específicas, esto es una oportunidad para la aún pequeña oferta de Amazonas. (MINCETUR, 2015). En la provincia de Chachapoyas la tara se produce en 6 distritos siendo los más representativos la Jalca Grande, Magdalena, Maino, Chilibiquin, Sonche y San Francisco de Daguas, se sabe que los productores no le dan importancia como cultivo teniendo debilidades de productividad, la falta de búsqueda de potencial productivo ya que no son transformados, deficiencias en la comercialización y la falta de oportunidades de mercado esto lleva a una pérdida de la competitividad; se menciona dos variables de estudio para conocer mejor la situación de la tara siendo estas la ventaja competitiva y la cadena productiva.

Una ventaja competitiva prospera principalmente sobre el valor cuando una organización es apta de crear. El concepto de valía constituye lo que los ofertantes están dispuestos a pagar, y el desarrollo de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer a precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados (Porter, 2003). Este mencionó tres estrategias competitivas como son las genéricas que se aplican a cualquier rubro empresarial, las que se utilizan para el acto por separado o en conjunto, las cuales son las siguientes: liderazgo en costos es la más intuitiva y constituye una oportunidad si la organización está capacitada para proporcionar a los compradores un producto a un monto menor comparado a la oferta de las empresas oponentes; estas estrategias requieren una atención prioritaria y finalmente minorar los costos de producción. La diferenciación está constituida por una elección atrayente para organizaciones que necesitan elaborar su propia casa en el mercado y no compiten a un gran porcentaje de consensos en métodos generalizados

sino en mercados que desean características diferentes y únicas de un producto diferentes a las brindan las empresas adversarias y como última estrategia la segmentación este enfoque se fundamenta en la especialización de una parte del fragmento del mercado y en brindar un producto mejor especialmente para las existentes realidades de nuestro segmento en el mercado. Por otra parte, las empresas están buscando atraer clientes a través de la oferta de un bien o servicio que otros ofertantes no pueden brindar, en la medida en que las empresas puedan cumplir con estos contextos se estaría afirmando que se encuentra en una ventaja competitiva (Maicas & Pedro, 2011). También se dice que la ventaja competitiva es aquel carácter que consiente a una empresa u organización situarse por arriba de los demás competidores, el cual determina que los consumidores tengan en cuenta al elegir las elecciones aprovechables en el mercado (Quintana, 2020).

Por otra parte, la cadena productiva son un conjunto de agentes económicos que están relacionados por el mercado desde el abastecimiento de materia prima, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final, los actores más importantes que participan en la cadena son: la producción está relacionado con las materias primas, insumos, cosecha y la extracción de productos básicos, transformación en esta etapa se relaciona con la post cosecha, clasificación, empaque donde según el producto que se quiere obtener se le dará un valor agregado y la comercialización donde intervienen los que dirigen al mercado el producto, también conocidos como intermediarios. (cayeros, Robles, & soto, 2016). Por otro lado se mencionó que la cadena productiva son procedimientos que poseen un frecuente mercado y que las diferentes peculiaridades de cada proceso impactan la eficacia y la producción en su conjunto (Ferran, 2016). Para el autor Izaza menciona que la cadena productiva es un conjunto constituido de métodos de producción que poseen en común un idéntico mercado y en el que las características tecnológicas y productivas de cada eslabón afectan la eficiencia y la productividad en su conjunto (Figura 1).

Figura 1

Eslabones de una cadena productiva



Siendo el primer eslabón de la cadena las materias primas que son el cimiento de cualquier proceso industrial o manufacturero para su consumo, los transportadores juegan un papel importante ya que son los encargados de movilizar los productos con el fin de lograr eficiencia de costos y optimizar tiempos, los acopiadores estos pueden ser naturales o jurídicos, son quienes adquieren y almacenan los productos siendo el primer vínculo con los demás intermediarios, los procesadores industriales son los encargados de la transformación de los productos mediante procesos, los distribuidores son los que se encargan de vender un producto o servicio llegando a ser los mediadores entre el productor y el consumidor, finalmente el consumidor final son aquellas personas que gustan de los bienes o servicios para su consumo final, cuando estos agentes estén articulados en términos de tecnología, financiamiento y/o capital menor de situaciones de colaboración e igualdad en ese caso estaríamos en el caso de una cadena productiva competitiva. (DGPA, MIDAGRI Perú, 2015)

Para Rojas y Barreto, su tesis titulada “Diagnóstico de competitividad del sector productor de arracacha caso municipio de Boyacá (Colombia) 2014” su objetivo fue analizar las condiciones de competitividad del sector productor de arracacha en el municipio de Boyacá y su influencia en dicho territorio. Los métodos utilizados fueron de tipo deductivo con un enfoque cualitativo, la población considerada fueron los 60 productores activos de arracacha. Los instrumentos fueron la indagación y las encuestas abiertas como fuente primaria y análisis documental como la fuente secundaria analizaron las condiciones de competitividad del sector productor de arracacha en el municipio de Boyacá y su influencia en dicho territorio. Concluyeron que hay una fuerte competencia entre productores de arracacha, al estar concentrados en la calidad del producto, color, tamaño, presentación y que no hubo incremento en la producción de arracacha en los últimos años.

(Martinez, 2019) su investigación “Análisis de modelos de cadenas productivas de cítricos” su objetivo fueron los modelos de cadenas encontrando los puntos clave para su progreso. El método utilizado fue de carácter documental, cualitativo, nivel deductivo utilizando el método Benchmarking (comparación) tomando como referencia productos, servicios o procesos de trabajo de las cadenas productivas. Llegó a la conclusión que Guatemala produce cerca de 2.27 millones de quintales al año de cítricos con un precio promedio de 196.56 centavos el millar, para Argentina el área total cultivada fue de 53.7 mil hectáreas y una producción de 2.6

millones de toneladas, y para México encontró que 3100 hectáreas de cítricos con una producción de 556 mil toneladas donde estos producen de acuerdo a los compradores del mercado, se distinguen por realizar productos con innovación y de alta calidad, aprovechando las diferentes oportunidades del mercado.

Para (Espinoza, 2017) en su trabajo “Ventaja Competitiva y cadena productiva en la exportación de mangos frescos de la asociación de productores agropecuarios de la provincia de Palpa - Ica, 2017” donde el objetivo fue encontrar la dependencia entre ventaja competitiva y cadena productiva. La metodología utilizada fue el diseño no experimental, el nivel aplicado y el tipo se consideró el correlacional; la población considerada fueron los productores de la asociación siendo un total de 30; también se trabajó el muestreo no probabilístico del tipo censal ya que se eligió el 100% de población al ser una cantidad manejable de personas. Llegó a la conclusión para ventaja competitiva el 63.3% de encuestados lograron un nivel “regular” y para cadena productiva el 65.7% de productores encuestados dieron un nivel “Regular” y de que entre las dimensiones ventaja competitiva y cadena productiva existía relación entre estas.

Por otro lado (López, 2017) en su investigación “Estrategias de competitividad de las empresas exportadoras de arándanos Lima- 2016”. El objetivo identificado fue el rango de progreso de las habilidades de competitividad de las compañías exportadoras. Los métodos empleados fue el descriptivo, el diseño transaccional, correlacional y la población de estudio fueron las 32 empresas de arándanos. Los instrumentos fueron encuestas como información primaria y el censo como la secundaria; concluyó que la variable estrategias competitivas para la dimensión liderazgo en costos el 96.88% de encuestados opinaron que tiene nivel alto, para diferenciación el 100% opinó que tiene un nivel alto y para segmentación el 87.5% mencionó que tiene un nivel alto teniendo así una tendencia al nivel de aceptación alto en las empresas exportadoras de arándanos.

Según (Gonzales & Martinez, 2018) en su tesis titulada “Propuesta para mejorar la competitividad de los pequeños productores del valle viejo de Olmos” el objetivo fue realizar propuestas que contribuyan a optimizar su ventaja competitiva. La metodología fue tipo mixto, diseño experimental; las poblaciones se encuentran categorizados en entidades públicas, sector privado, sociedad civil organizada (representantes de las asociaciones) y el muestreo por

conveniencia siendo 14 las asociaciones; concluyó que el 79% de entrevistados afirmó que su municipio local no ha trabajado lo cual es un dato negativo para su desarrollo local con respecto al desempeño de la gestión municipal, identificó una escasa asistencia técnica, financiamiento y recursos; por otro lado que el 84% afirmaron que no están dispuestos a la conversión de su producto.

(Rojas, 2018) “Roles de actores y competitividad en la cadena productiva de la quinua de la región Junín” su objeto fue reconocer los problemas que influyen en la ventaja competitiva de las cadenas de producción de la quinua en Junín. Recolectando información secundaria y primarias encontrados mediante las interrogaciones a los agricultores y una reunión participativa con los personajes de las etapas productivas, con los datos obtenidos la caracterización de los productores y valorización de ventaja competitiva de los procesos productivos, siendo 404 la población de estudio. Llegó a la conclusión de que el 84% trabajan en forma individual y no cumplen con los requisitos de volumen, calidad, trazabilidad, tecnología e información que piden los mercados que son mas estrictos y evidenció que el 96.9% de productores realizan sus transacciones de manera informal y que los intermediarios tienen un ventaja ya que definen los precios en chacra.

Para (Marquez, 2019) su tesis “Ventaja competitiva y cadena productiva en las queserías del distrito de Pomacanchi”. Su estudio tuvo como objeto detallar la competitividad encontrar los caracteres de los procesos de producción. El contenido de los procedimientos, analisis e interpretación de las conclusiones encontradas despues de las indagaciones encontradas con interrogaciones aplicadas a los dueños de las queserías siendo un total de 20 y aplicación de las entrevistas. Llegó a la conclusion que para la producción un 58% acopia un promedio 601 Lt a 800 lts al día y el 100% utilizan cantaros para mantener la leche fresca, para la transformación el 100% utiliza producción industrial y para comercialización el 100% destina al programa vaso leche.

Para (Gonzales I. , 2022) en su investigación titulada “ Cadena productiva y competitividad de la tara (*Caesalpinia Spinosa*) en la provincia de Huanta, Ayacucho” su objetivo fue analizar de qué forma interviene la capacitación, tecnología, organización y conocimiento de cadena

productiva de la tara en la provincia de Huanta, el tipo fue correlacional, diseño no experimental donde la muestra es 169 productores de tara y las fuentes primarias fueron entrevistas, las secundarias informes técnicos, revistas, libros, etc. Los datos se analizaron en el programa SPSS hojas de cálculo en Excel 2016; concluyó que la variable capacitación obtuvo un coeficiente de 0.872, la tecnología con 0.907 organización se obtuvo 0.834, conocimiento de mercado 0.837 con respecto a la competitividad de la cadena productiva son directamente proporcionales.

La intención de (Mendoza, 2020) su tesis titulada “Sistematización económica en la cadena productiva de frutales nativos, provincias de Chachapoyas y Bongará, 2019. Su intención fue optimizar la competitividad de los procedimientos de producción de frutos originarios utilizando tratamiento de información económica el tipo fue descriptivo y el nivel no experimental. Llegó a la conclusión de que existe un promedio de 25 hectáreas con rendimientos de 6 TM por hectárea, los factores limitativos son bajo precio de venta, falta de asistencia técnica, altos costos de producción, inexistencia de paquete tecnológico, el 100% de encuestados están priorizando otras actividades y el 100% de encuestados afirma que no recibe información de la actividad.

Para (Huaman, 2020) en su investigación titulada “Relación de gestión empresarial y competitividad en la asociación de productores de tara (*Caesalpinia Spinosa*) en la Jalca Grande - Amazonas, 2019”. Su objeto fue encontrar la influencia que hay entre las dimensiones trabajadas en la organización de agricultores de tara quienes fueron considerados como su población, consideró como su muestra a 94 socios, los cuales los seleccionó aleatoriamente. Concluyó que el 86% de los socios opinó que la gestión empresarial es de nivel regular y el 76% opinaron que el nivel es deficiente siendo la competitividad regular.

Según (López, 2020) “Competitividad y factores críticos de éxito de los negocios de artesanías en la ciudad de Chachapoyas, año 2019” su intención fue encontrar las medidas, explicar y describir las formas en que la ventaja competitiva afecta en los elementos de mejora de comercios artesanales en Chachapoyas. El método fue descriptivo, de tipo aplicado,

explicativo, mixto y el diseño de corte transversal; la población fueron los 21 comerciantes de las tiendas de artesanía, utilizó la muestra por conveniencia. Los instrumentos utilizados fueron el cuestionario y entrevista lo cual se trabajó mediante el SPSS Versión 25. Concluyó que la competitividad se relaciona en un alto nivel con 95.2% en factores de éxito, el 43% de encuestados tiene conocimiento con el factor de éxito.

La tara es un producto de gran importancia en el mercado, una buena alternativa de conservación siendo esta una principal actividad económica y rentable para las familias de la provincia de Chachapoyas. La presente investigación pretende generar una significativa contribución para las futuras investigaciones que pretendan desarrollarse en el sector y será útil para todos los involucrados para que conozcan con claridad la situación en la que se encuentra y conocer la importante relación entre ventaja competitiva y cadena productiva dando respuesta a la pregunta de investigación ¿Cuál es la relación entre ventaja competitiva y cadena productiva de tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021?; con el objetivo de determinar la relación entre ventaja competitiva y cadena productiva de tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021 y los objetivos específicos: primero diagnosticar la producción de tara de la provincia de Chachapoyas, Amazonas 2021, segundo identificar la cadena productiva de la tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021 y tercero determinar la ventaja competitiva de la tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021; y finalmente probar la hipótesis existe una relación directa y significativa entre ventaja competitiva y cadena productiva de tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021.

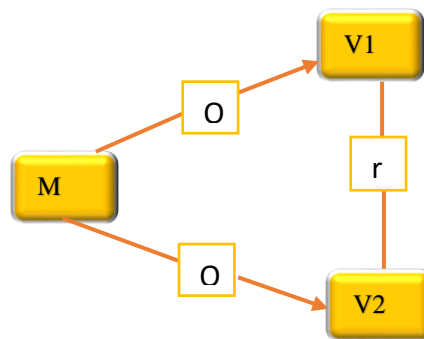
II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de Investigación

La investigación fue con enfoque cuantitativo, no experimental, transversal, aplicado y correlacional; cuyo diseño es el siguiente (Figura 2).

Figura 2

Esquema de investigación



Dónde: V1: Ventaja Competitiva, V2: Cadena Productiva: producción, transformación y comercialización, M: Muestra productores de la asociación, r: Relación de variables, O: Observación

Se utilizó el tipo de investigación cuantitativa tiene el propósito de demostrar la hipótesis con base a la comprobación cuantitativa, estudia la situación objetiva, trabajando el análisis estadístico, con una etapa de deducción, secuencial, demostrativo generalizando los resultados para inspeccionar, pronosticar escenarios. (Hernandez, 2014). En la siguiente investigación es cuantitativa ya que se recopilaban datos mediante encuestas e información secundaria y se analizaron.

Los estudios no experimentales no tienen incidencia del estudiador con las variables independientes es el inverso a los estudios de experimentación, realiza indagación de causa y efecto sin ninguna intervención de las causas; sus tipos de cada uno con sus propios propósitos (Mata, 2019). En la investigación es no experimental ya que se

analizaron cambios a través del tiempo y la relación de las variables la ventaja y cadena productiva de la tara.

Transversal o transaccional es un estudio que recoge información en el momento. (Mata, 2019). Se investigó con el estudio transversal el grado de una determinada cantidad de variables o analizar la condición, comunidad, ocasión, en un determinado tiempo.

La investigación aplicada emplea a la ciencia las realidades problemáticas de la sociedad. Para realizarlo, se sustenta de aprendizajes de los estudios básicos, recoge información precisa. (Rus, 2020). El estudio correlacional tiene el propósito de encontrar las influencias entre dos o más variables o conceptos de estudio. Para encontrar el nivel de relación entre estas variables, en este tipo de estudios se miden a las variables, se investigan y se constituyen relaciones. (Hernandez, 2014)

2.2. Población y Muestra

La población estuvo constituida por 503 productores distribuidos en los 6 distritos más representativos según las áreas productivas sembradas y por el volumen de tara comercializada en kilogramos por año de cada distrito de la provincia Chachapoyas, Amazonas 2021 (Tabla 1).

Tabla 1

Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021 por Distritos.

Distritos	Productores
Jalca Grande	123
Magdalena	300
San Isidro de Maino	15
Sonche	30
Chiliquin	15
San Francisco de Daguas	20
Total	503

Fuente: Autoridad Regional Ambiental- Amazonas (ARA) y registro de productores en cada distrito

La muestra está constituida por 117 productores (Tabla 2), calculado con la siguiente formula:

$$n_0 = \frac{\sum W_h P_h Q_h}{V}$$

Donde P= 0.5 es la proporción de productores competitivos en la cadena productiva de tara, Q es la proporción de productores no competitivos en la cadena productiva de tara. V es varianza deseada o especificada definida por $(E/Z)^2=0.00167$; Z= 1.96 es el valor de la distribución normal estandarizada asociado al 95% de confianza; E= 0.08 (8%) es error máximo de estimación. Además $n_0 = 150.063$ es corregido por finitud con la siguiente formula:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Luego N= 115.581 por lo tanto, la muestra es 117 productores; distribuidos en forma proporcional con la siguiente formula:

$$n_h = \frac{N_h}{N} n$$

Los cálculos se muestran en la siguiente del anexo 2.

En resumen, la muestra (Tabla 2) es:

Tabla 2

Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021 por Distritos.

Distritos	Productores
Jalca Grande	28
Magdalena	69
San Isidro de Maino	4
Sonche	7
Chiliquin	4
San Francisco de Daguas	5
Total	117

Fuente: Tabla 1

Se utilizó el muestreo aleatorio estratificado por área geográfica (distrito) con afijación proporcional y selección sistemática de los elementos de la muestra.

2.3. Variables de estudio

Las variables consideradas en el estudio son la ventaja competitiva y la cadena productiva.

La ventaja competitiva (Tabla 3) se define en forma conceptual como las estrategias competitivas ayuda tomar decisiones y acciones ofensivas o defensivas para crear un puesto defendible en una industria con el fin de enfrentar con éxito a las fuerzas competitivas generando nuevamente a la inversión. Los tipos básicos de la ventaja competitiva según Michael Porter son liderazgo en costes, diferenciación y enfoque o segmentación. (Porter, 2003); y en forma operacional como el resultado de evaluar la importancia que tiene liderazgo en costes, diferenciación y segmentación de los productores de tara de la provincia Chachapoyas, 2021 fueron obtenidos a partir de los datos de fuentes primarias mediante encuestas a los productores de tara.

Tabla 3

Operacionalización de la Variable Ventaja Competitiva.

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala
Ventaja Competitiva	Liderazgo en costes	Costos directos e indirectos	1-3	(1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre, (5) siempre
		Maquinarias modernas	4-6	
		Control de mermas	7-9	
	Diferenciación	Productos de calidad	10-12	
		Innovación	13-15	
		Reputación	16-18	
		Promociones y descuentos	19-21	
	Segmentación	Línea de producto	22-24	
		Especialización del Producto	25-27	

Cadena Productiva (Tabla 4) se define en forma conceptual como los agentes económicos conectados por los mercados desde recursos, elaboración, innovación y comercialización hasta la demanda final. Cuando estos agentes trabajan y se relacionan de manera conjunta en términos de tecnología, capital en colaboración y equidad se habla de una cadena productiva competitiva. (DGPA, 2015), y en forma operacional es el

resultado de evaluar la importancia de los eslabones de producción, transformación y comercialización de los productores de tara provincia Chachapoyas, 2021, a partir de los datos de fuentes primarias mediante encuestas a los productores de tara.

Tabla 4

Operacionalización de la Variable Cadena Productiva

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala
Cadena Productiva	Producción	Materia Prima	1-3	(1) Nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre, (5) siempre.
		Mano de Obra	4-6	
		Costos Indirectos	7-9	
	Transformación	Plantas Procesadoras	10-12	
		Almacenamiento	13-15	
		Transporte Terrestre	16-18	
	Comercialización	Estrategias comerciales	19-21	
		Planeación Comercial	22-24	

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El estudio fue muestral para la recolección de datos se aplicó una encuesta, con un cuestionario estructurado de acuerdo a la matriz de la operacionalización de las variables elaborado y validado por Espinoza Tinco, Josselyn Haydee (2017) y adaptado por el autor para la presente investigación.

La escala con la que se midió cada uno de los ítems es la psicométrica de Likert con las siguientes categorías (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre, (5) siempre.

La variable ventaja competitiva y cadena productiva estuvieron valoradas en función a la puntuación obtenida de las respuestas de cada ítem, así como también cada una de sus dimensiones y subdimensiones

La calificación de la variable ventaja competitiva tuvo un puntaje mínimo de 27 puntaje máximo de 135 de donde se obtendrá que la ventaja competitiva es mala (27-63), regular (64-99) y buena (100-135). Y según la dimensión liderazgo en costes (9-45)

donde, malo (9-21), regular (22-33), bueno (34-45), para diferenciación (12-60), malo (12-28), regular (29- 44); bueno (45-60) y segmentación (6-30); malo (6-14), regular (15- 22) bueno (22-30). Además, sus subdimensiones tuvieron la calificación; malo (3-7), regular (8- 11) bueno (12-15).

Para la variable cadena productiva tendrá un puntaje mínimo de 24 puntaje máximo de 120 de donde se obtuvo que la cadena productiva es mala (24-56), regular (57-88) y buena (89-120). Y según la dimensión producción será (9-45); malo (9-21), regular (22-33), bueno (34-45); para transformación (9-45); malo (9-21), regular (22-33), bueno (34-45) y comercialización (6-30); malo (6-14), regular (15-22), bueno (23-30). Además, las subdimensiones tuvieron la calificación; malo (3-7), regular (8- 11) bueno (12-15).

2.5. Análisis de datos

Los datos recolectados fueron digitados en una hoja excel y procesados en Spss 24 versión estudiante, con el cual se obtuvieron tablas y figuras de distribución de frecuencias para las variables y sus respectivas dimensiones; para la prueba de la hipótesis se elaboraron tablas de contingencia y la estadística de prueba será la chi-cuadrado y el grado de influencia de los elementos fue medido por el coeficiente de correlación de Spearman.

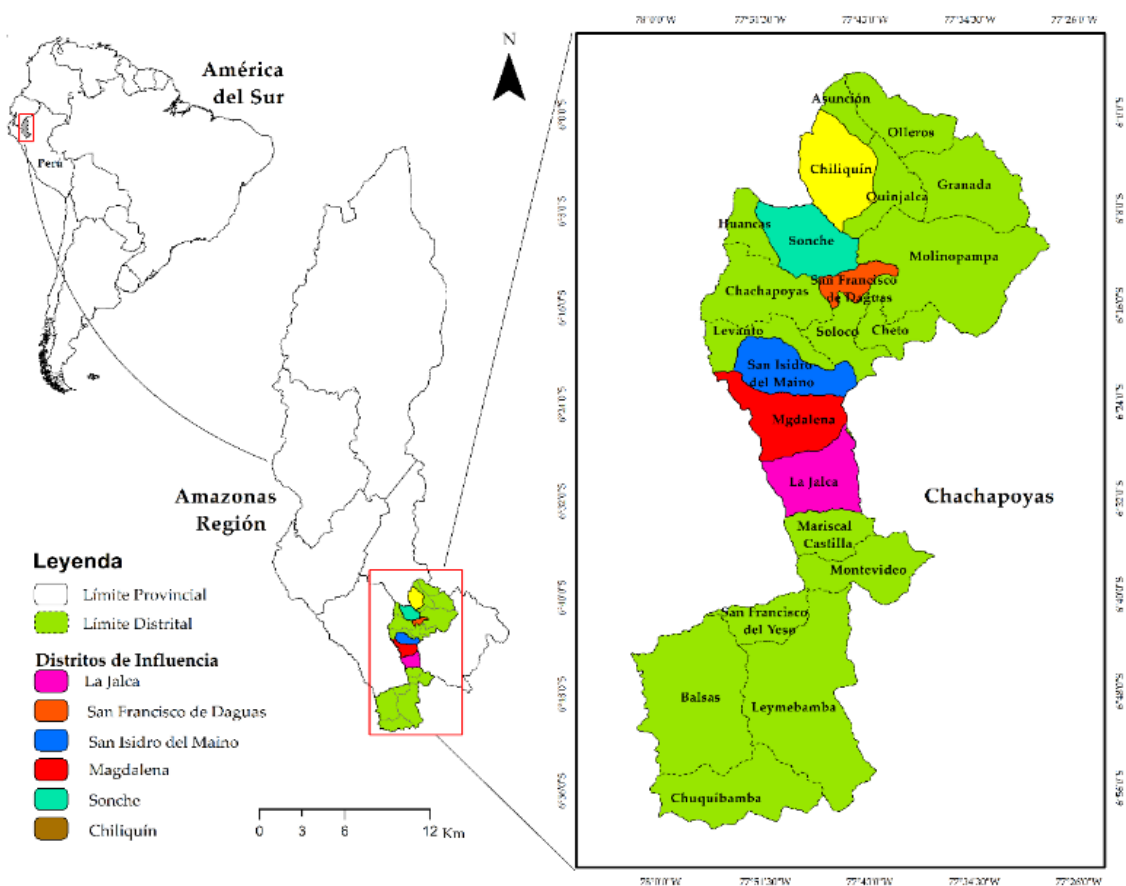
III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico de la producción de tara de la provincia de Chachapoyas

La ciudad de Chachapoyas (Figura 3) es una de las 07 provincias del departamento de Amazonas, el cual cuenta con 83 distritos. En el mapa de esta provincia se puede apreciar los distritos con los que cuenta siendo estas 21 en total: Chachapoyas, Asunción, Balsas, Cheto, Chiquin, Chuquibamba, Granada, Huancas, La Jalca, Leymebamba, Levanto, Magdalena, Mariscal Castilla, Molinopampa, Montevideo, Olleros, Quinjalca, San Francisco de Daguas, San Isidro de Maino, Soloco y Sonche. (Perútop, 2018).

Figura 3

Mapa de la Provincia con los Distritos Observados en la Muestra.



Nota: esta figura muestra la localización de los principales distritos de productores de tara de la provincia de Chachapoyas (Chachapoyas, 2019) recuperado de https://www.familysearch.org/es/wiki/Chachapoyas_Amazonas_Per%C3%Genealog%C3%ADa.

La tara se produce de modo silvestre esto pretende explicar que no hay plantaciones realizadas por la mano del hombre, sino que simplemente están obtenidas de forma natural. Por otro lado, las producciones dependen de las lluvias y algunos productores no cuentan con riego para sus plantaciones de tara. La producción, precios, la inflación se incrementaron por la pandemia y a la crisis política que se vive en la actualidad.

La mayoría de distritos de la provincia de Chachapoyas (Tabla 5) producen tara, pero los más representativos según su producción son 6 distritos que son la Jalca Grande, Magdalena, San Isidro de Maino, Chiquín, Sonche y San Francisco de Daguas con los cuales se trabajaron en la presente investigación, según el ARA Amazonas 2019 la Magdalena cosechó una cantidad en kilogramos un total de 183896.03kg en ese año siendo mayor a comparación con los demás distritos y el que cosechó en menor cantidad fue Mariscal Castilla con un total de 1354kg.

Tabla 5

Tara (Caesalpinia Spinosa) en los Distritos de la Provincia de Chachapoyas Registrados en el ARA- Amazonas, 2019

<i>N°</i>	<i>Distrito</i>	<i>Área Plantada (has)</i>	<i>kg tara comercializados por año</i>
1	Magdalena	20.22	183896.03
2	Mariscal Castilla	0.66	1354
3	San Francisco de Daguas	4.5	130771.7
4	Sonche	6.3	20060
5	Chiliquin	4.54	30266
6	La Jalca	19.99	30240.11
7	Chachapoyas	1.51	1660
8	san Isidro de Maino	6.99	52500
9	Montevideo	1	6120
Total		106.21	456867.84

Fuente: ARA- Amazonas

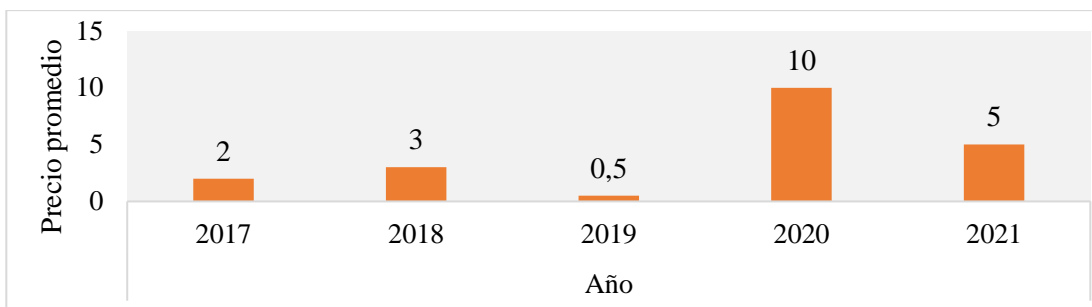
Tabla 6*Precio (S/.) de la Tara de la Provincia de Chachapoyas, 2017-2021*

Distrito	Año	N	Media	Mínimo	Máximo
Jalca Grande	2017	28	2.00	2.00	2.00
	2018	28	3.00	3.00	3.00
	2019	28	0.50	0.50	0.50
	2020	28	10.00	10.00	10.00
	2021	28	5.00	5.00	5.00
	2017-2021	28	6.83	6.83	6.83
Magdalena	2017	69	1.20	1.20	1.20
	2018	69	2.50	2.50	2.50
	2019	69	2.00	2.00	2.00
	2020	69	7.00	7.00	7.00
	2021	69	10.00	10.00	10.00
	2017-2021	69	7.57	7.57	7.57
San Isidro del Maino	2017	4	2.50	2.50	2.50
	2018	4	2.50	2.50	2.50
	2019	4	7.00	7.00	7.00
	2020	4	5.00	5.00	5.00
	2021	4	8.00	8.00	8.00
	2017-2021	4	8.33	8.33	8.33
Sonche	2017	7	2.50	2.50	2.50
	2018	7	2.50	2.50	2.50
	2019	7	7.00	7.00	7.00
	2020	7	5.00	5.00	5.00
	2021	7	8.00	8.00	8.00
	2017-2021	7	8.33	8.33	8.33
Chiliquin	2017	4	2.50	2.50	2.50
	2018	4	2.50	2.50	2.50
	2019	4	7.00	7.00	7.00
	2020	4	5.00	5.00	5.00
	2021	4	8.00	8.00	8.00
	2017-2021	4	8.33	8.33	8.33
San Francisco de Daguas	2017	5	1.28	1.10	2.00
	2018	5	1.56	1.20	3.00
	2019	5	1.54	0.50	1.80
	2020	5	4.00	4.00	4.00
	2021	5	6.60	5.00	7.00
	2017-2021	5	4.99	4.83	5.03
Total	2017	117	1.56	1.10	2.50
	2018	117	2.58	1.20	3.00
	2019	117	2.26	0.50	7.00
	2020	117	7.33	4.00	10.00
	2021	117	8.40	5.00	10.00
	2017-2021	117	7.38	4.83	8.33

Fuente: Encuesta a productores

Figura 4

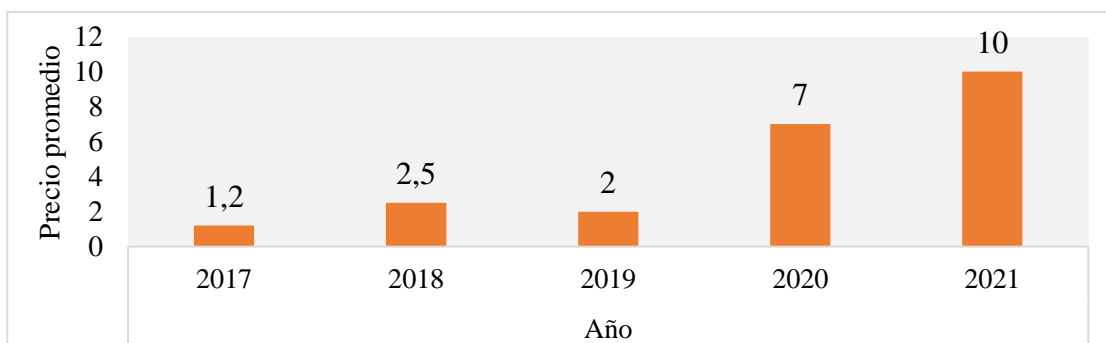
Precio Promedio (s/.) de la Tara en el Distrito de la Jalca Grande, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 5

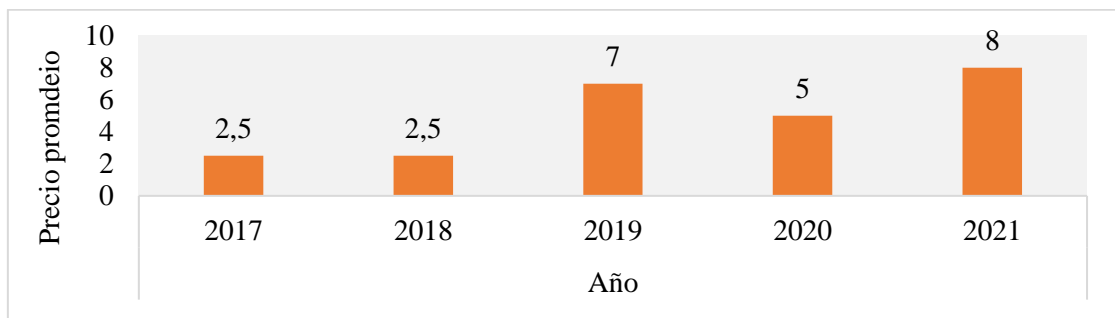
Precio promedio de la Tara en el Distrito de Magdalena, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 6

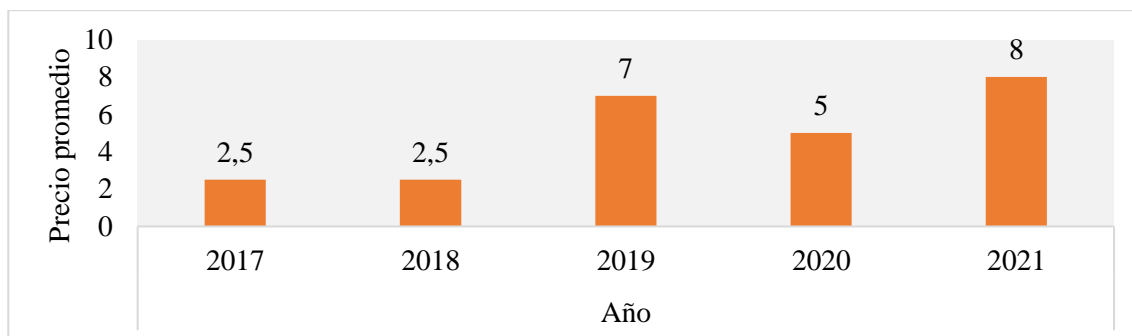
Precio Promedio de la Tara en el Distrito de San Isidro de Maino, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 7

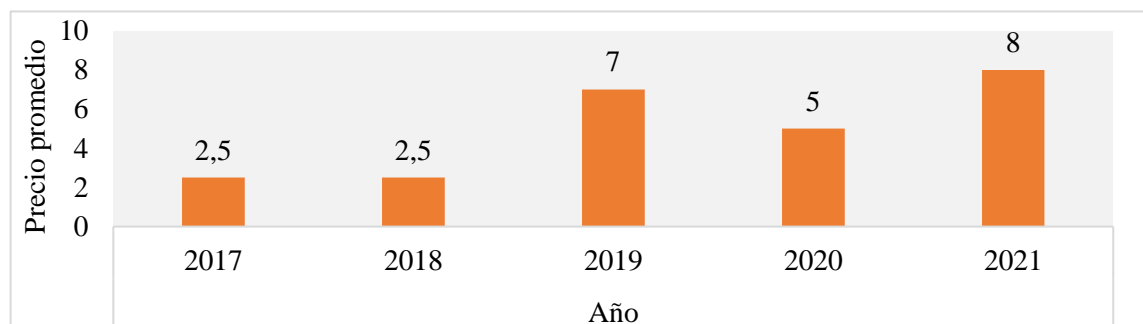
Precio Promedio de la Tara en el Distrito de Sonche, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 8

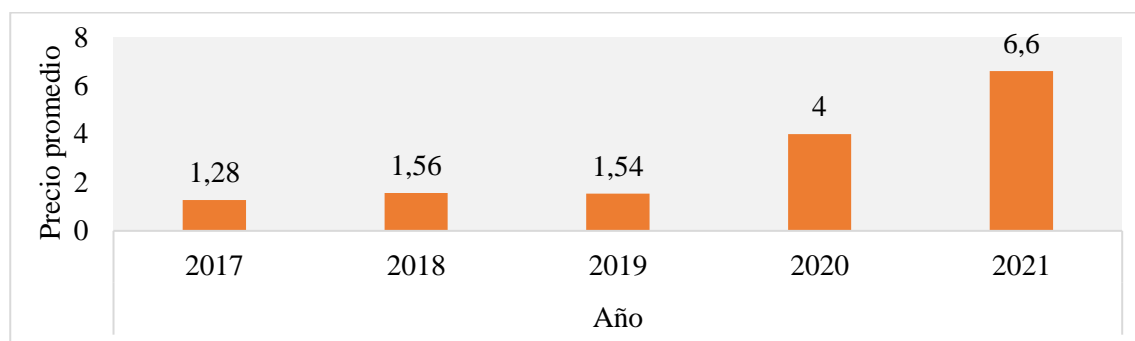
Precio Promedio de la Tara en el Distrito de Chiliquin, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 9

Precio Promedio de la Tara en el Distrito de San Francisco de Daguas, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

En los distritos de la provincia de Chachapoyas en la Jalca Grande se registró precios de venta de la tara en el año 2019 que fue 0.50 céntimos el kilogramo siendo el más bajo en estos últimos años y para el año 2020 se incrementó a 10 soles el kg, para el distrito de la Magdalena el año 2017 la tara costó 1.20 el kg siendo menor a comparación del 2021 que llegó a costar 10 soles el kg registrándose así un incremento en su precio, en el distrito del Maino en los 2017 y 2018 se mantuvieron los precios costando 2.50 el kg de tara siendo menor en comparación del año 2021 llegando a costar 8 soles el kg del producto viendo así un alza en el precio, en el distrito de Sonche se mantuvo el precio a 2.50 soles el kg en los años 2017 y 2018 pero el 2021 se incrementó a 8 soles el kg de tara; para Chiquin la tara llegó a costar 8 soles en el año 2021 siendo el precio más alto en comparación con 2017 fue de 2.50 soles el kg mientras tanto para el distrito San Francisco de Daguas el año 2017 el precio fue de 1.28 soles el kg y para el 2021 fue de 6.60 soles el kg de tara reportándose así un incremento en el precio. Se puede diferenciar que el distrito de la Jalca Grande el precio más bajo se registró con 0.50 céntimos siendo el más bajo en comparación con los demás distritos de la provincia de Chachapoyas y el precio más alto con el que se vendió la tara a 10 soles fueron los distritos de la Jalca Grande y la Magdalena.

La prueba Fridman reportó que los precios de la tara en la Jalca grande (Figura 4) fueron significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$). Los precios de la tara en la Magdalena (Figura 5) fueron significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$). Los precios de la tara en San Isidro de Maino (Figura 6) fueron significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$). Los precios de la tara en Sonche (Figura 7) fueron significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman). Los precios de la tara en Chiquin (Figura 8) fueron significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman). Los precios de la tara en San Francisco de Daguas (Figura 9) fueron significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman) ver anexo 4. Las cosechas de taya en los distritos de Chachapoyas varían ya que es bajo secano es decir estas cosechas dependen de las lluvias estas eran regulares entre setiembre y abril, sin embargo, estas estaciones han cambiado por el cambio climático que se vive en la actualidad.

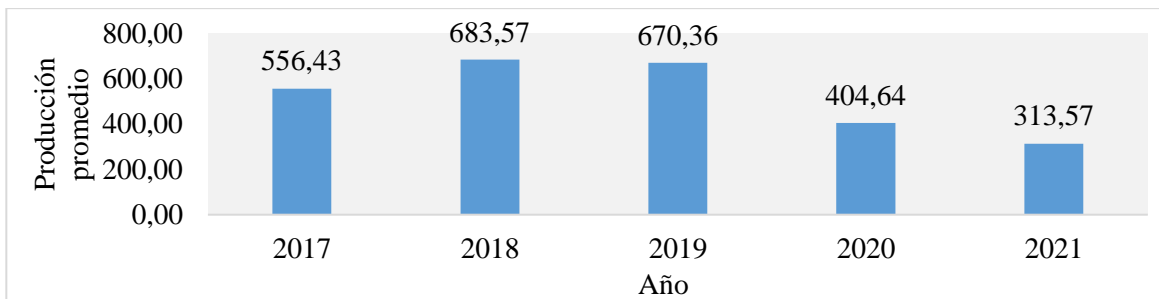
Tabla 7*Producción (Kg) de la Tara de la Provincia de Chachapoyas, 2017-2021*

Distrito	Año	N	Media	Mínimo	Máximo
Jalca Grande	2017	28	556.43	20	3500
	2018	28	683.57	70	5000
	2019	28	670.36	80	6000
	2020	28	404.64	0	3000
	2021	28	313.57	0	800
	2017-2021	28	2628.57	260	17000
Magdalena	2017	69	457.97	80	1800
	2018	69	505.41	80	2000
	2019	69	494.29	70	2000
	2020	69	407.17	0	2400
	2021	69	483.84	0	3000
	2017-2021	69	2348.68	390	9800
San Isidro del Maino	2017	4	245.00	200	300
	2018	4	337.50	200	500
	2019	4	337.50	100	650
	2020	4	75.00	0	200
	2021	4	437.50	150	750
	2017-2021	4	1432.50	730	2100
Sonche	2017	7	416.43	25	1120
	2018	7	441.43	20	900
	2019	7	476.14	15	1200
	2020	7	481.14	0	1308
	2021	7	531.43	20	1500
	2017-2021	7	2346.57	80	6028
Chiliquin	2017	4	2470.00	450	7500
	2018	4	2350.00	350	7000
	2019	4	2668.75	400	8000
	2020	4	205.00	0	600
	2021	4	3037.50	150	10000
	2017-2021	4	10731.25	2270	32650
San Francisco de Daguas	2017	5	994.00	70	3500
	2018	5	1078.00	90	3850
	2019	5	1160.00	100	4200
	2020	5	998.00	40	3250
	2021	5	1023.60	50	3468
	2017-2021	5	5253.60	450	18268
Provincia Chachapoyas	2017	117	563.46	20	7500
	2018	117	626.01	20	7000
	2019	117	632.77	15	8000
	2020	117	417.97	0	3250
	2021	117	554.73	0	10000
	2017-2021	117	2794.94	80	32650

Fuente: Encuesta a productores

Figura 10

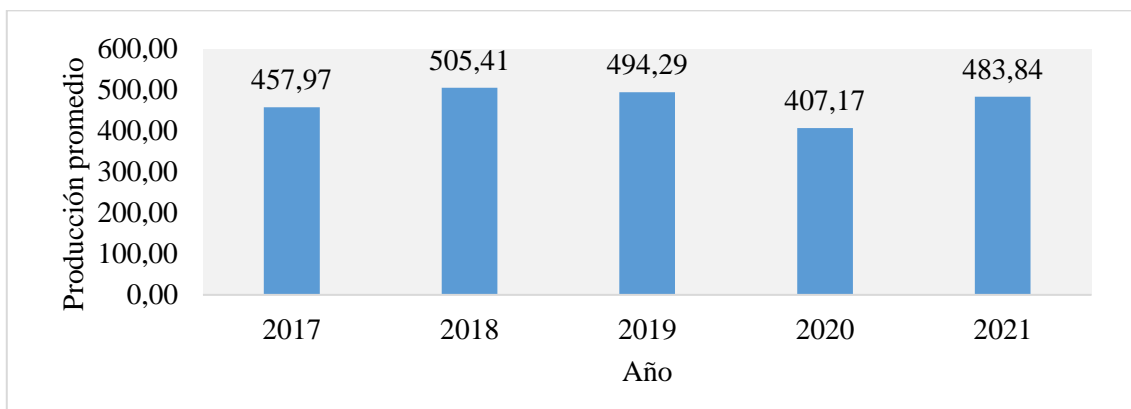
Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de la Jalca Grande, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 11

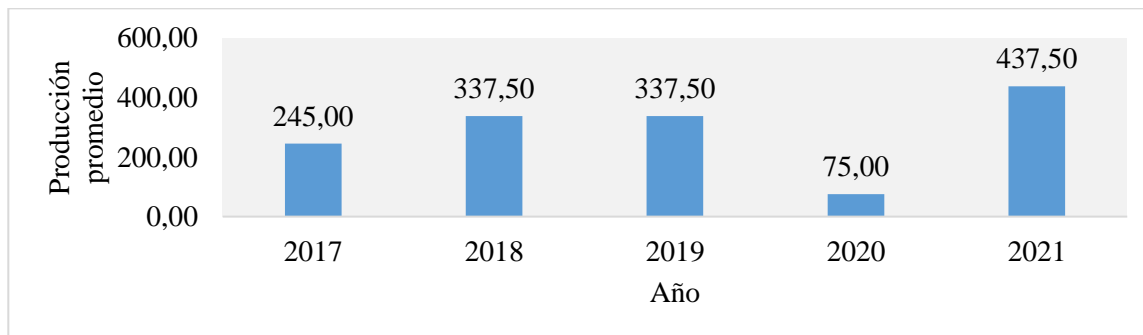
Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de Magdalena, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 12

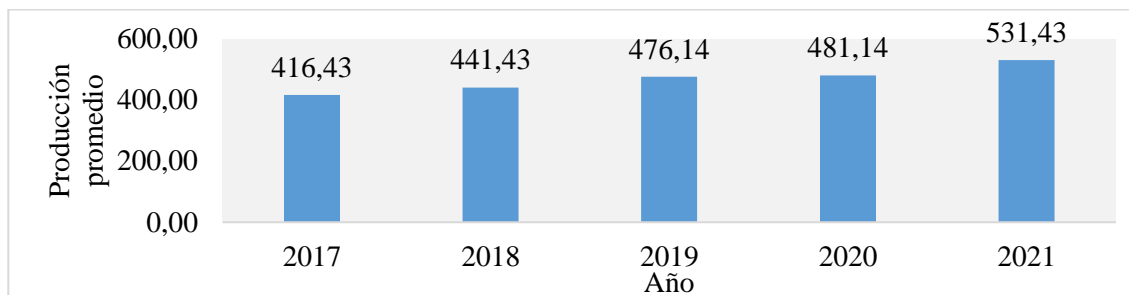
Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de San Isidro de Maino, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 13

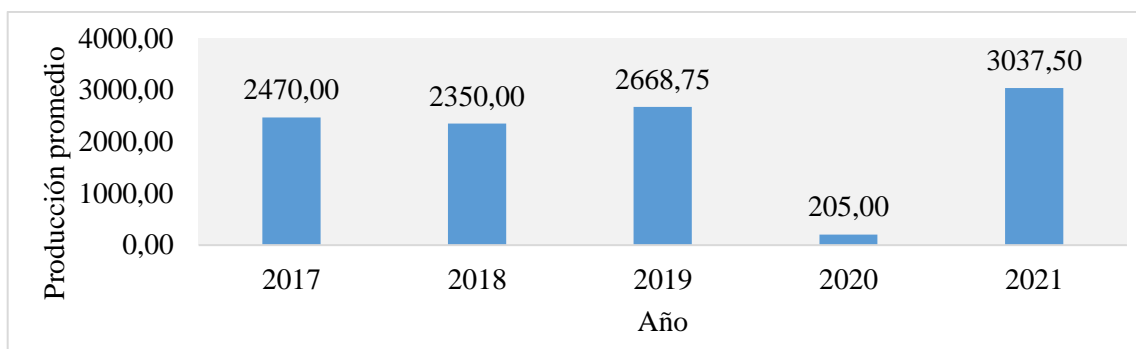
Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de Sonche, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 14

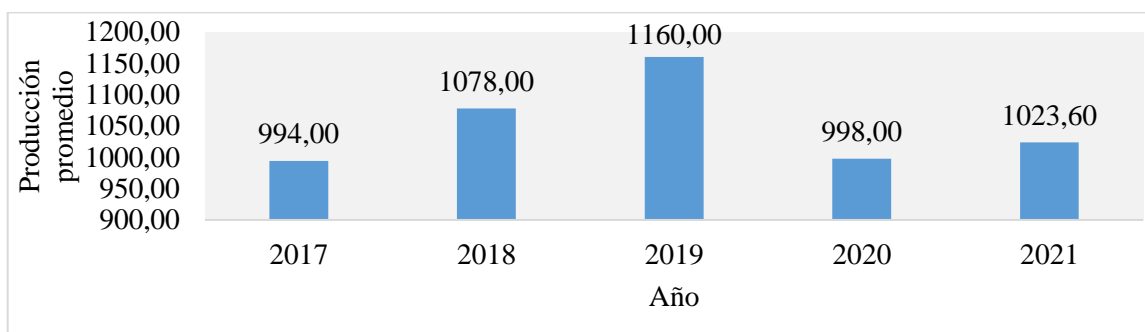
Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de Chiquin, 2017-2021.



Fuente: Encuesta a productores.

Figura 15

Producción Promedio (kg) de la Tara en el Distrito de San Francisco de Daguanas, 2017-2021.



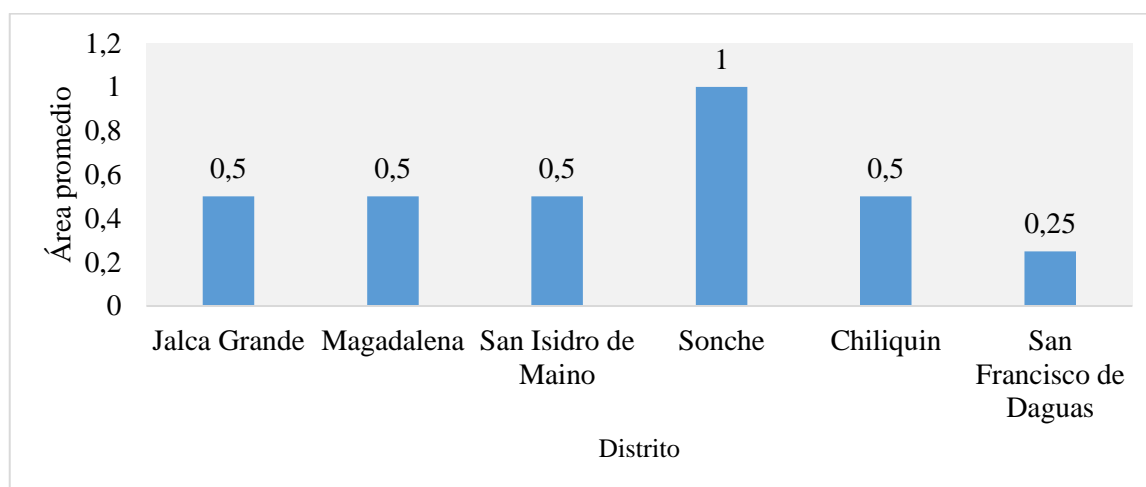
Fuente: Encuesta a productores.

La producción de tara en la Jalca Grande para el año 2018 fue de 683.57 kg siendo la más alta en comparación con el año 2021 llegando a una cosecha total de 313.57 kg de tara, para la Magdalena el año 2018 hubo una cosecha de 505.41 kg de tara disminuyendo para el año 2020 se llegó a producir 407.17 kg de tara en el distrito; en San Isidro del Maino en el año 2020 se cosechó 75 kg de tara mientras que para el año 2021 se incrementó llegando a producirse 437.50 kg de tara, en el distrito de Sonche en el año 2017 se cosechó 416.43 kg de tara siendo el más bajo que el año 2021 donde se incrementó la producción a 531.43kg, para Chiquin el año 2020 se cosechó 205 kg de tara mientras que para 2021 se cosechó 3037.50 kg llevando una gran diferencia de aumento de producción, y finalmente para el distrito de San Francisco de Daguas para el año 2017 su producción fue de 994 kg siendo bajo en comparación con los demás años para el 2019 se incrementó a 1160 kg de tara que se ha producido en el distrito. El distrito que menos producción obtuvo a nivel de los distritos estudiados de la provincia de Chachapoyas fue San Isidro del Maino con 75 kg de tara y el que tuvo más producción en kg fue el distrito de Chiquin con 3037.50 kg (Tabla 7).

La producción promedio de la tara en la Jalca grande (Figura 10) son significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman). La producción promedio de la tara en la Magdalena (Figura 11) son significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman). La producción promedio de la tara en San Isidro de Maino (Figura 12) son significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman). La producción promedio de la tara en Sonche (Figura 13) no son significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman). La producción promedio de la tara en Chiquin (Figura 14) no son significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman). La producción promedio de la tara en San Francisco de Daguas (Figura 15) no son significativamente diferentes durante los 5 años ($p=0.000<0.05$, prueba Fridman) ver anexo 6.

Tabla 8*Área cultivada (Ha) de la Tara de la Provincia de Chachapoyas, 2017-2021*

Distrito	N	Media	Mínimo	Máximo
Jalca Grande	28	0.652	0.250	2.000
Magdalena	69	0.692	0.250	2.500
San Isidro del Maino	4	0.813	0.250	2.000
Sonche	7	1.571	0.250	4.000
Chiliquin	4	1.625	0.500	5.000
San Francisco de Daguas	5	1.050	0.250	4.000
Total	117	0.786	0.250	5.000

Fuente: Encuesta a productores**Figura 16***Área Promedio (Ha) Cultivada de la Tara de la Provincia de Chachapoyas 2017-2021.**Fuente:* Encuesta a productores.

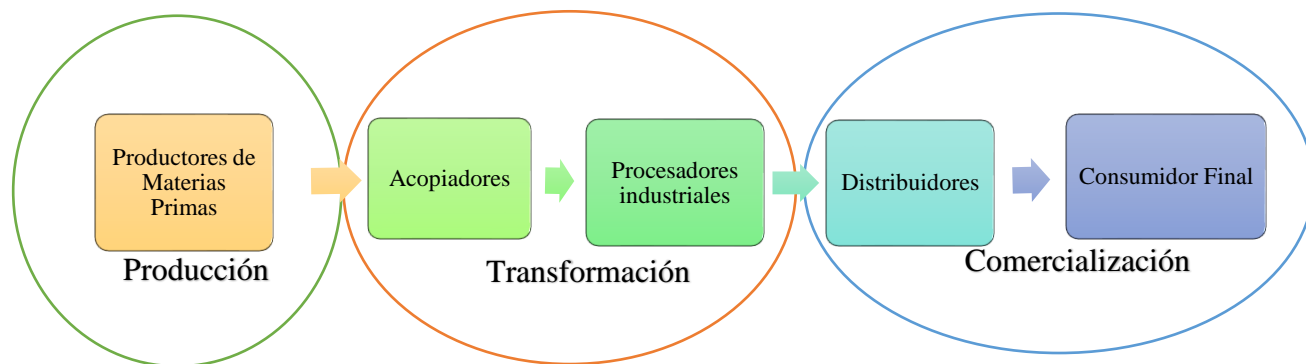
En la provincia de Chachapoyas en el distrito de San Francisco de Daguas el área promedio cultivada de tara fue de 0.25 hectárea por productor, mientras que para la Jalca Grande, Magdalena, San Isidro de Maino, Chiliquin cuentan con 0.5 hectáreas cultivadas y para el distrito de Sonche cuenta con un promedio de 1 hectárea cultivada de tara siendo esta por productor (Tabla 8 y Figura 16).

3.2. Cadena productiva de la tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas

La cadena productiva de la tara está compuesta por los siguientes eslabones (Figura 17):

Figura 17

Cadena Productiva.



La cadena productiva está relacionada entre actores participes en las relaciones económicas y las provisiones de bienes y servicios desde la producción primaria hasta el consumidor final (Ferran, 2016). En el caso de la provincia de Chachapoyas de los distritos estudiados la cadena productiva está compuesta por los eslabones siguientes:

- ❖ Producción, cuyos actores son: los productores. - Son pequeños agricultores quienes cuentan con hasta 5 hectáreas de tara de los distritos de la Jalca Grande, Magdalena, San Isidro de Maino, Sonche, Chiquin y San Francisco de Daguas.
- ❖ Transformación, cuyos actores son: los acopiadores. – Son agentes encargados de la compra y la recepción de este la tara, siendo estos del mismo distrito o de la ciudad. Los procesadores industriales. - En los distritos no existen estos agentes, algunas empresas compradoras tienen sus acopiadores y sus transportistas se trasladan hasta la ciudad de Chiclayo y después a Lima a la planta para su transformación de la materia prima en polvo y goma para su exportación.

- ❖ Comercialización, cuyos actores son: los distribuidores. - Son los que se encargados de distribuir el producto transformado hacia el mercado. Consumidor final. - estos vendrían a ser las empresas extranjeras de los países importadores como China, Italia, Argentina y México principalmente.

La cadena productiva de la tara según la dimensión producción la materia prima 45.3% casi siempre tiene problemas para sus cultivos, el 37.6% nunca prepara el suelo donde realiza la siembra y la cosecha de la tara, el 83.8% nunca compra fertilizantes para la siembra y el cultivo de las plantaciones de tara. Para mano de obra el 53.8% nunca tiene problemas para la cosecha de tara cuando no cuenta con personal de trabajo, 97.4% nunca contrata capacitadores para su especialización y la de su personal, 99.1% nunca contrata especialistas para el análisis de su producto comercial. Para costos indirectos el 94.9% nunca contrata viveros para el almacenamiento de sus plantas, 99.1% nunca contrata o cuenta maquinarias especializadas para el tratamiento de sus plantas y el 99.1% nunca subcontrata empresas para el análisis y preparación de los suelos (Figura 18).

La transformación las plantas procesadoras el 91.5% tiene problemas con la enumeración de sus plantas, el 100% nunca utilizan maquinarias para la transformación como también para la etiqueta de sus productos con una marca; el almacenamiento el 80.3% nunca tienen dificultad con el manejo de la humedad (almacén), el 96.6% nunca tienen dificultad con la enumeración de la tara dentro de su almacén y no tiene dificultad con el manejo de sus productos y el transporte terrestre el nunca 53.8% tiene dificultades con el recojo de sus productos el 47.9% nunca tiene dificultades con el traslado de sus productos y el 71.8% nunca tiene perdida de sus productos en el proceso de transformación (Figura 18).

Comercialización las estrategias comerciales el 98.3% nunca evalúa el mercado al que dirigirá su producto, 99.1% nunca selecciona los mercados meta para su producto como también nunca determina su posicionamiento en el mercado meta. La planeación comercial el 100% nunca elabora una técnica comercial para su producto, el 100% nunca hace uso de las claves de marketing mix para comercializar su producto y el 99.1% nunca hace un análisis post venta de su producto (Figura 18).

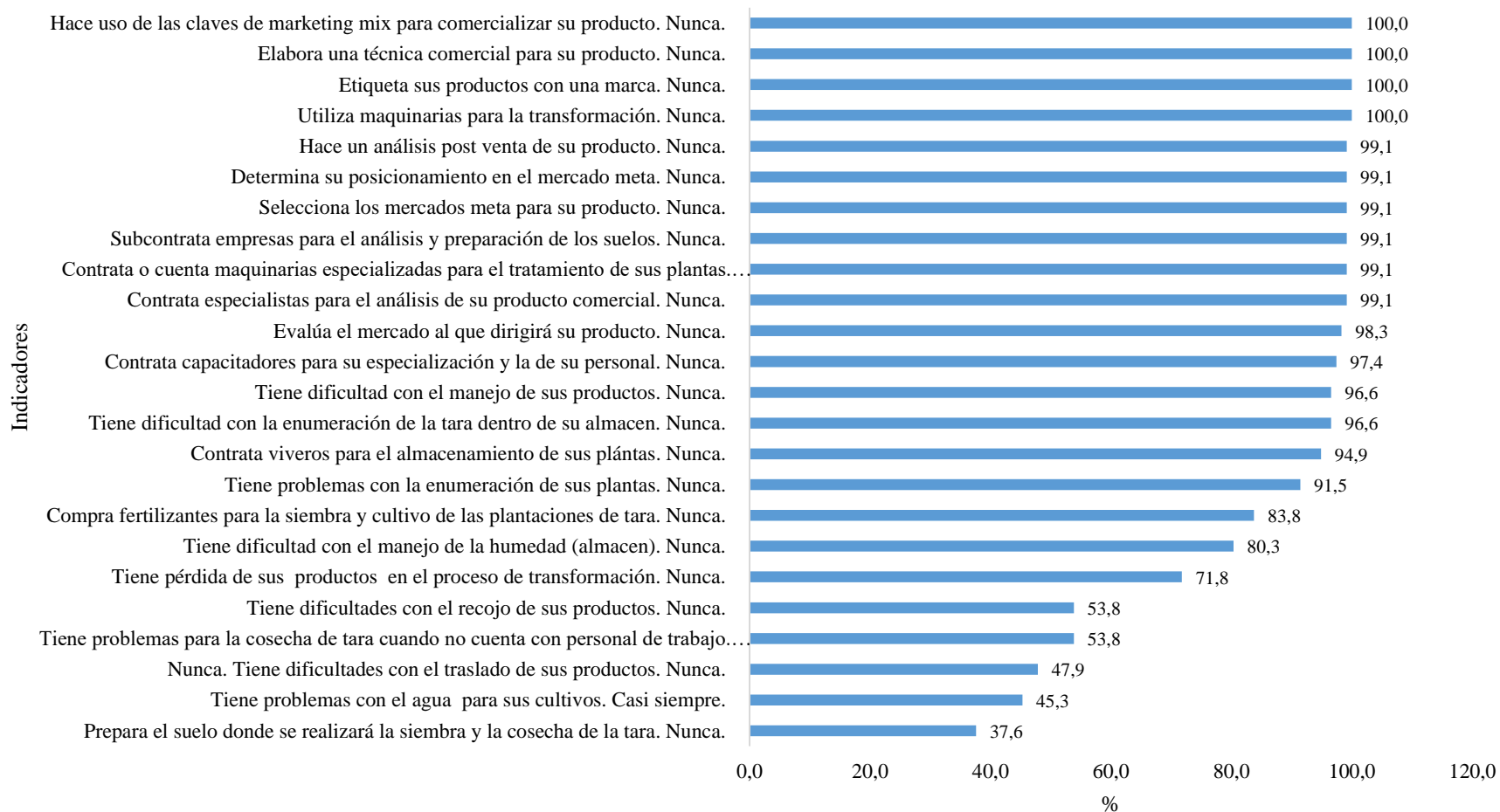
Tabla 9*Dimensiones, Subdimensiones e Indicadores de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.*

Dimensión	Subdimensión	Indicadores					
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Producción	Materia Prima	1 Tiene problemas con el agua para sus cultivos.	19.7	6.8	12.0	45.3	16.2
		2 Prepara el suelo donde se realizará la siembra y la cosecha de la tara.	37.6	5.1	5.1	36.8	15.4
		3 Compra fertilizantes para la siembra y cultivo de las plantaciones de tara.	83.8	12.0	4.3	0	0
	Mano de Obra	4 Tiene problemas para la cosecha de tara cuando no cuenta con personal de trabajo	53.8	19.7	16.2	8.5	1.7
		5 Contrata capacitadores para su especialización y la de su personal.	97.4	0.0	0.9	1.7	0
		6 Contrata especialistas para el análisis de su producto comercial.	99.1	0	0	0.9	0
	Costos Indirectos	7 Contrata viveros para el almacenamiento de sus plantas	94.9	3.4	1.7	0	0
		8 Contrata o cuenta maquinarias especializadas para el tratamiento de sus plantas.	99.1	0.0	0.9	0	0
		9 Subcontrata empresas para el análisis y preparación de los suelos.	99.1	0	0.9	0	0
Transformación	Plantas Procesadoras	10 Tiene problemas con la enumeración de sus plantas	91.5	6.0	0.9	1.7	0
		11 Utiliza maquinarias para la transformación	100.0	0	0	0	0
		12 Etiqueta sus productos con una marca	100.0	0	0	0	0
	Almacenamiento	13 Tiene dificultad con el manejo de la humedad (almacén).	80.3	7.7	7.7	4.3	0
		14 Tiene dificultad con la enumeración de la tara dentro de su almacén	96.6	3.4	0	0	0
		15 Tiene dificultad con el manejo de sus productos	96.6	3.4	0	0	0
	Transporte Terrestre	16 Tiene dificultades con el recojo de sus productos.	53.8	25.6	13.7	6.0	0.9
		17 Tiene dificultades con el traslado de sus productos.	47.9	26.5	14.5	7.7	3.4
		18 Tiene pérdida de sus productos en el proceso de transformación	71.8	18.8	6.0	3.4	0
Comercialización	Estrategias comerciales	19 Evalúa el mercado al que dirigirá su producto.	98.3	1.7	0	0	0
		20 Selecciona los mercados meta para su producto.	99.1	0.9	0	0	0
		21 Determina su posicionamiento en el mercado meta.	99.1	0.9	0	0	0
	Planeación Comercial	22 Elabora una técnica comercial para su producto.	100.0	0	0	0	0
		23 Hace uso de las claves de marketing mix para comercializar su producto	100.0	0	0	0	0
		24 Hace un análisis post venta de su producto.	99.1	0.9	0	0	0

Fuente: Encuesta a productores

Figura 18

Indicadores de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.

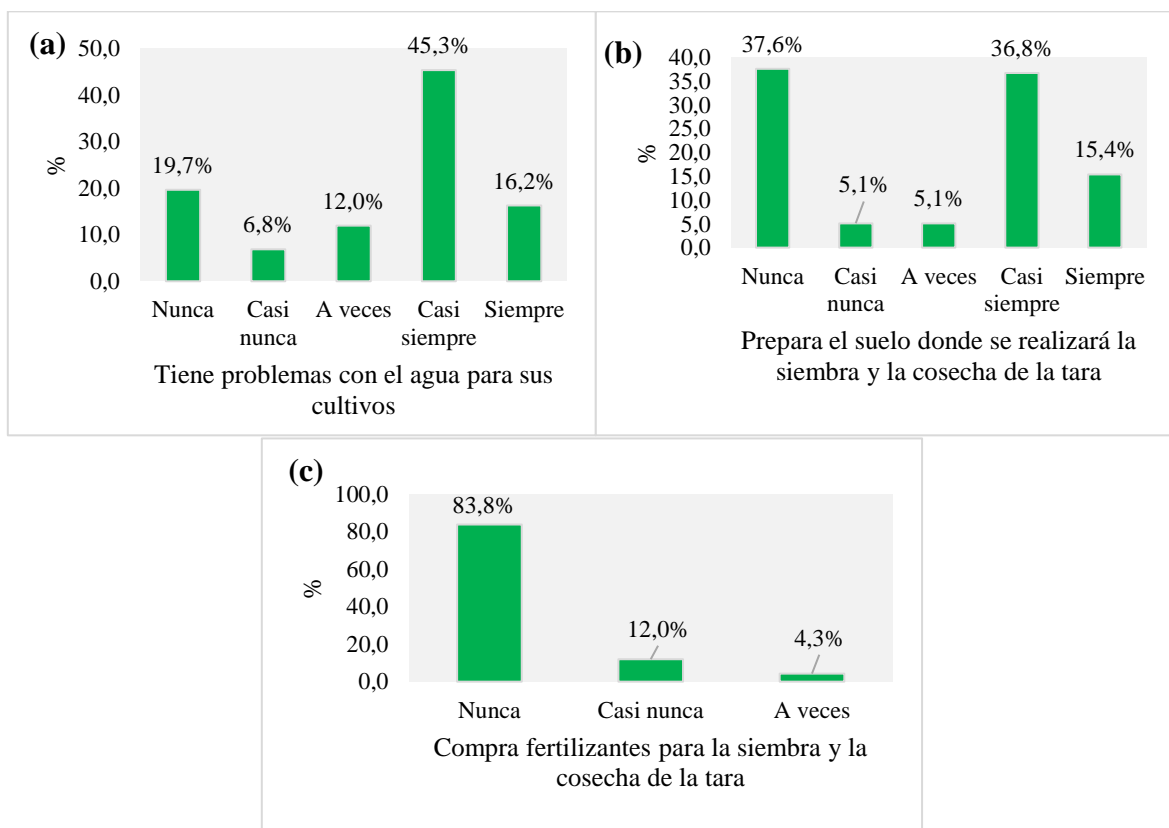


Descripción del eslabón producción

Respecto a materias primas; en la provincia de Chachapoyas en los distritos de la Jalca Grande, Chilibiquin, Maino, Magdalena, Sonche y San Francisco de Daguas el 45% de los productores de tara casi siempre tiene problemas con el agua, el 37.6% no prepara el suelo donde realizará la siembra y la cosecha de tara el 83.8% no compra fertilizantes para la siembra y cultivo de las plantaciones de tara (Figura 19); esto conlleva a deficiencias en la cadena productiva de la tara ya que no todos cuentan con riego para sus plantaciones, se da de manera natural y no utilizan fertilizantes.

Figura 19

Materia Prima de Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.

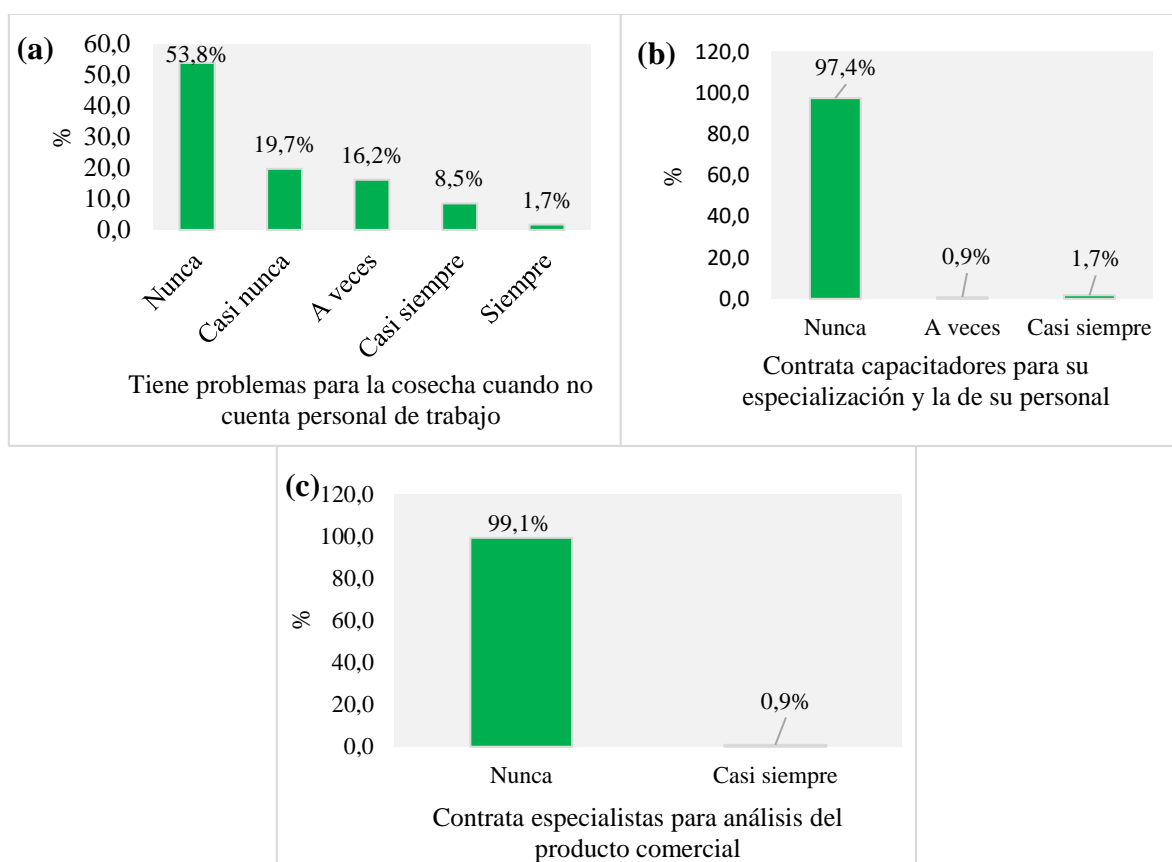


Nota: La figura 19 representa a la subdimensión materia prima donde la figura superior izquierda (a) representa al indicador tiene problemas con el agua para sus cultivos, la figura superior derecha (b) representa al indicador prepara el suelo donde se realizará la siembra y la cosecha de la tara y la inferior (c) al indicador compra fertilizantes para la siembra y la cosecha de la tara.

La mano de obra es un elemento importante en la cadena productiva, este constituye un costo en proceso de producción, los productores de tara el 53% nunca tienen problemas para cosecha de tara cuando no cuenta con personal de trabajo, el 97% nunca contrató capacitadores para su especialización y la de su personal, el 99.1% nunca contrató especialistas para el análisis de su producto comercial (Figura 20). Los productores mantienen la mano de obra familiar para tratar reducir costos de producción.

Figura 20

Mano de Obra de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas.

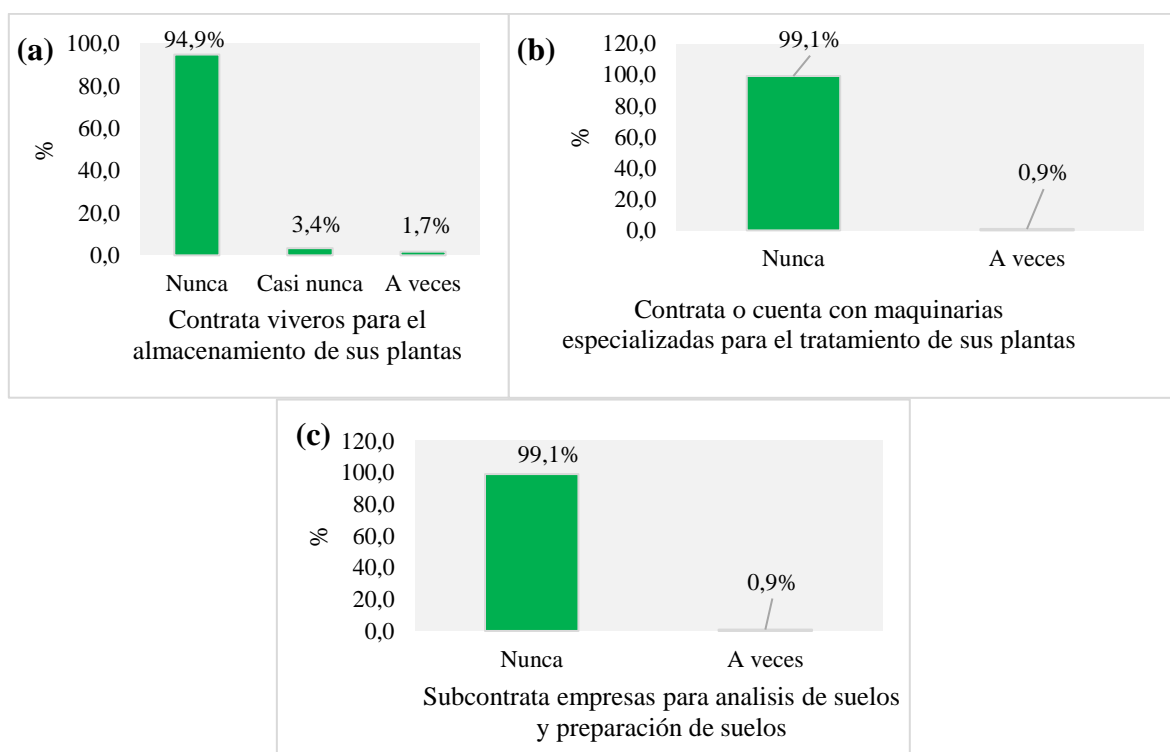


Nota: La figura 20 representa a la subdimensión mano de obra de los productores de tara, donde la figura superior izquierda (a) es el indicador tiene problemas para la cosecha cuando no cuenta con personal de trabajo, la figura superior derecha (b) es el indicador contrata capacitadores para su especialización y la de su personal y la inferior (c) es contrata especialista para análisis del producto comercial.

Los costos indirectos son autónomos de la producción en una cadena productiva para productores de tara de la provincia de Chachapoyas de los 6 distritos estudiados el 94% refirió que nunca contrató viveros para el almacenamiento de sus plantas, el 99.1% contrató o cuenta maquinarias especializadas para el tratamiento de sus plantas y el 99.1% subcontrata empresas para el análisis y preparación de los suelos (Figura 21). Como se puede comparar es que no existe el cuidado y la importancia del producto para mejorar su cadena de producción.

Figura 21

Costos Indirectos de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas.



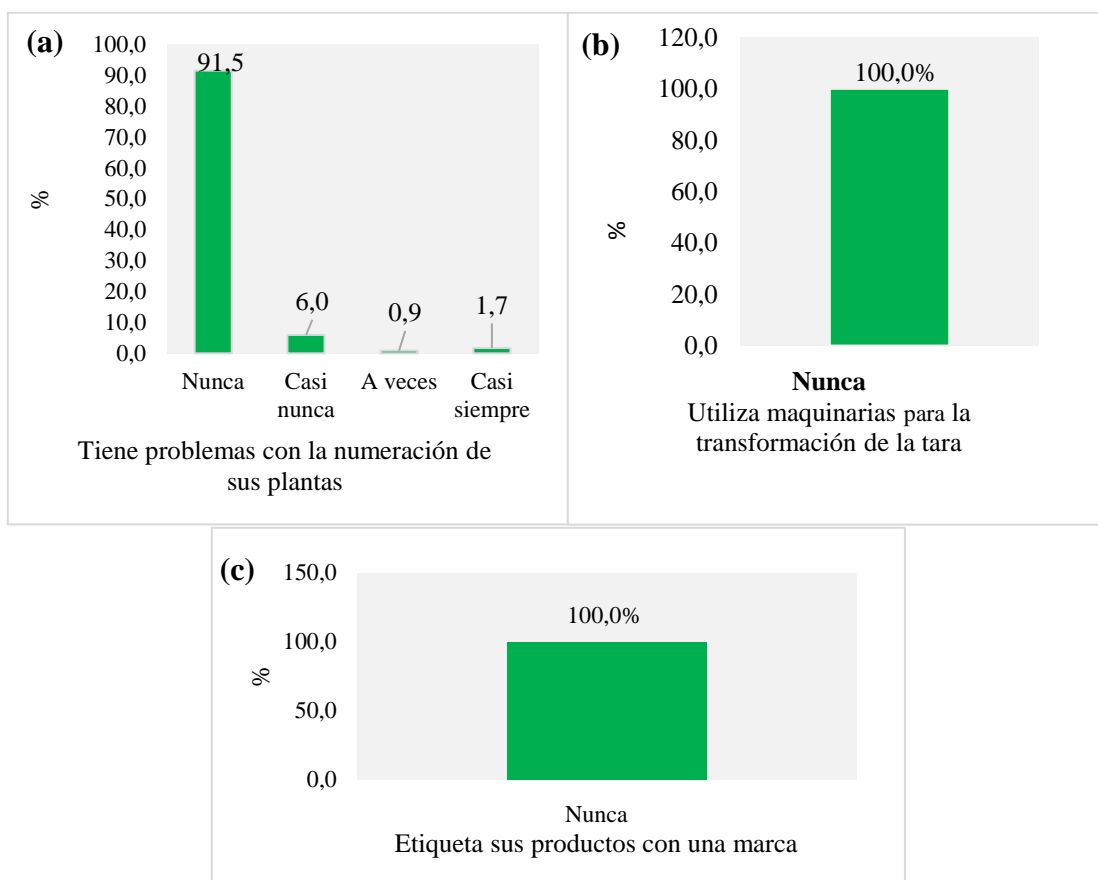
Nota: La figura 21 representa a la subdimensión costos indirectos de la tara, donde la figura de superior izquierda (a) es el indicador contrata viveros para el almacenamiento de sus plantas, la figura superior derecha (b) es el indicador contrata o cuenta con maquinarias especializadas para el tratamiento de sus plantas y la inferior (c) el indicador subcontrata empresas para análisis de suelos y preparación suelos.

Descripción del eslabón transformación

Respecto a plantas procesadoras los productores de la tara de la provincia de Chachapoyas el 91,5 % nunca tienen problemas con la enumeración de sus plantas, como también el 100% no utiliza maquinarias para la transformación y nunca etiquetan sus productos con una marca, estos productores no utilizan ningún tipo de tecnología para su transformación de su producto (Figura 22).

Figura 22

Plantas Procesadoras de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.

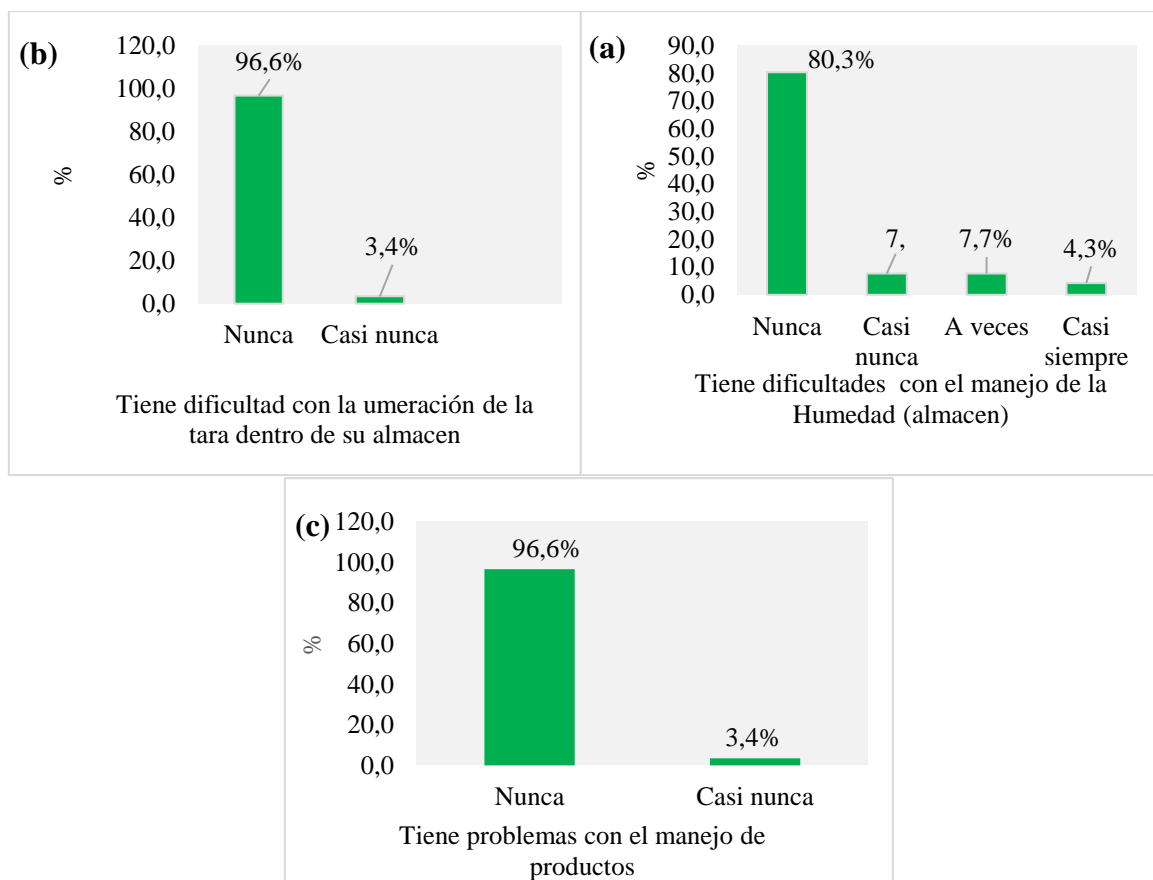


Nota: La figura 22 representa a la subdimensión plantas procesadoras, donde la figura superior izquierda (a) es el indicador tiene problemas con la numeración de sus plantas, la figura superior derecha (b) es el indicador utiliza maquinarias para la transformación de la tara y la inferior (c) es etiqueta sus productos con una marca.

El almacenamiento cumple un papel importante para el cuidado de productos en la cadena productiva de un producto; el 80.3% de los productores tiene dificultades con el manejo de la humedad en su almacén ya que el producto tiene que mantenerse en un ambiente seco y ventilado ya que mayormente los depósitos son de tierra y la humedad en épocas de lluvia puede provocar humedades; 96.6% tiene dificultad con la enumeración de la tara dentro de su almacén, el 96.6% refirió que tiene dificultad con el manejo de sus productos (Figura 23).

Figura 23

Almacenamiento de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.

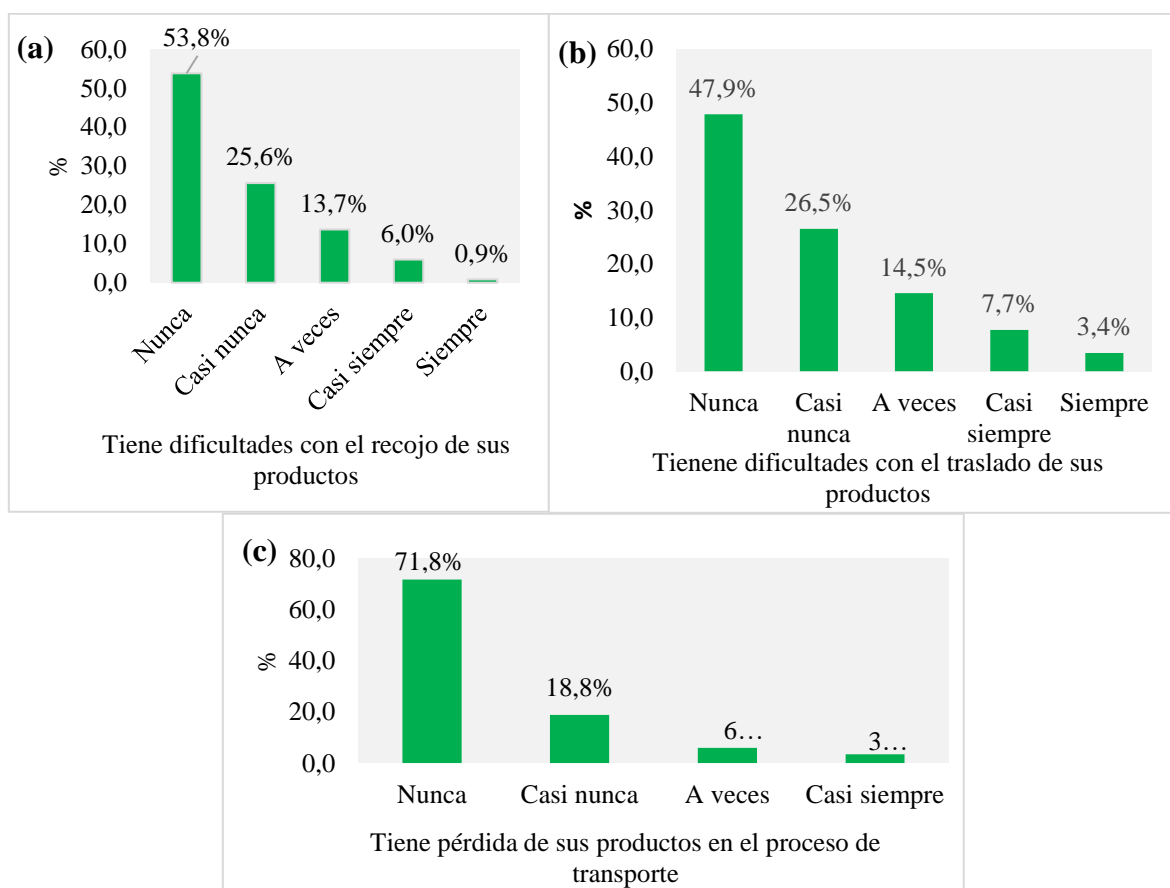


Nota: La figura 23 representa a la subdimensión almacenamiento de productores de tara donde la figura superior izquierda (a) es el indicador tiene dificultad con el manejo de la humedad, la figura superior derecha es el indicador tiene dificultad con la numeración de la tara dentro de su almacén y la inferior (b) es el indicador tiene problemas con el manejo de productos.

El transporte terrestre responde a la movilidad de las personas y productos, de tal forma constituye un papel importante para aumentar la productividad, en tal sentido el 53.8% de productores mencionó que tiene dificultades con el recojo de sus productos, 47.9% tiene dificultades con el traslado de sus productos ya que sus hectáreas sembradas se encuentran lejos y no se encuentran cerca de la carretera para facilitar el traslado y el 71.8% nunca tiene pérdida de sus productos en el proceso de transformación (Figura 24).

Figura 24

Transporte Terrestre de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas



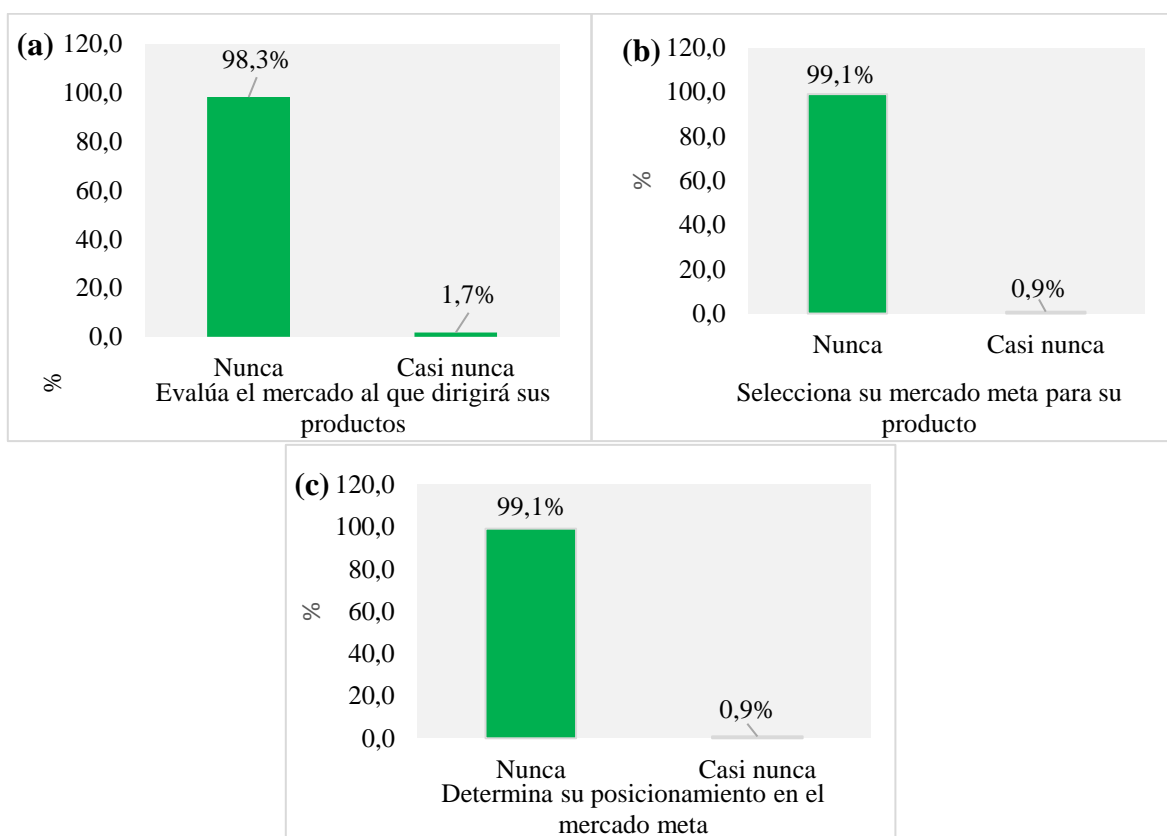
Nota: La figura 24 representa la dimensión transporte terrestre de los productores de tara donde la figura superior izquierda (a) representa al indicador tiene dificultades con el recojo de sus productos, la figura superior derecha es el indicador tiene dificultades con el traslado de sus productos y la inferior (c) es el indicador tiene pérdida de sus productos en el proceso de transporte.

Descripción del eslabón comercialización

Las estrategias comerciales son un conjunto de estrategias para mejorar las ventas para la mayor participación en el mercado de una empresa u organización los productores de tara el 98.3% nunca evalúan el mercado al que dirigirá su producto, el 99.1 % selecciona los mercados meta para su producto y 99.1 % nunca determina su posicionamiento en el mercado meta (Figura 25).

Figura 25

Estrategias Comerciales de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas

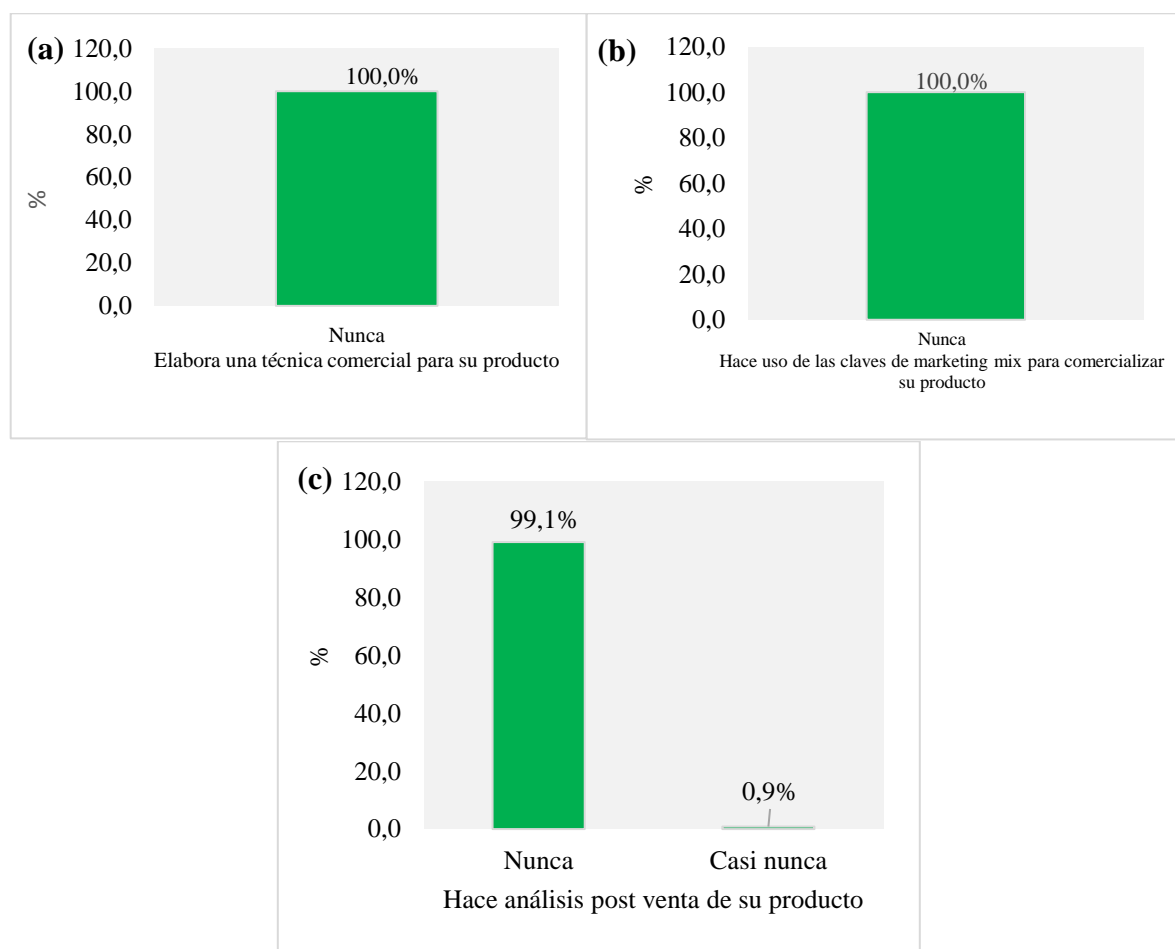


Nota: La figura 25 representa a la subdimensión estrategias comerciales donde la figura superior izquierda (a) es el indicador evalúa el mercado al que dirigirá sus productos, y la figura superior derecha (b) es el indicador selecciona su mercado meta para su producto y el inferior (c) determina su posicionamiento en el mercado meta.

La planificación comercial, enfoca a futuros ingresos de ventas para mejorar su cadena productiva el 100% nunca elaboran una técnica comercial para su producto, el 100% nunca hace uso de las claves de marketing mix para comercializar su producto y 100% hace un análisis post venta de su producto. Esto hace que cadena productiva sea deficiente (Figura 26).

Figura 26

Planificación Comercial de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.



Nota: La figura 26 representa a la subdimensión planificación comercial donde la figura superior izquierda (a) representa al indicador elabora una técnica comercial para su producto, la figura superior derecha (b) representa al uso de las claves marketing mix para comercializar su producto y el inferior (c) al indicador hace análisis post venta de su producto.

Tabla 10*Dimensiones y subdimensiones de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia**Chachapoyas, Amazonas.*

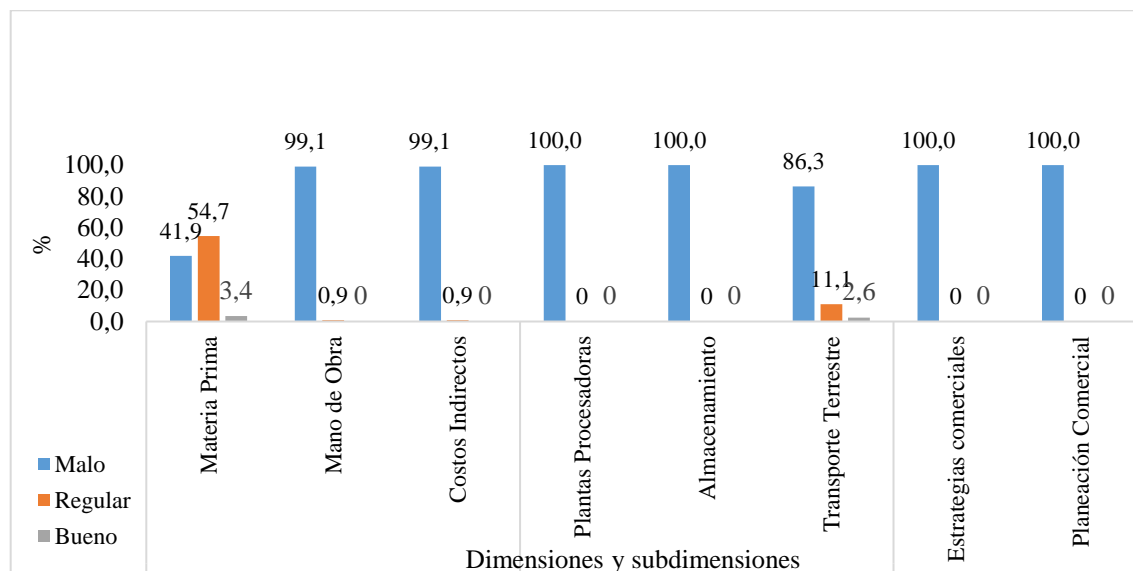
Dimensión (Eslabón)	Subdimensión	Malo	Regular	Bueno
Producción	Materia Prima	41.9	54.7	3.4
	Mano de Obra	99.1	0.9	0
	Costos Indirectos	99.1	0.9	0
Transformación	Plantas Procesadoras	100.0	0	0
	Almacenamiento	100.0	0	0
	Transporte Terrestre	86.3	11.1	2.6
Comercialización	Estrategias comerciales	100.0	0	0
	Planeación Comercial	100.0	0	0

Fuente: Encuesta a productores.

La dimensión producción en materia prima se encuentra en 54.7% regular, mano de obra siendo malo en 99.1% siendo igual para costos indirectos; mientras que la transformación con respecto a plantas procesadoras se encuentra en un 100% malo de la misma manera es el almacenamiento para el transporte terrestre se encuentra en un 86.3% malo y la comercialización dando como resultado que las estrategias comerciales y la planeación comercial un 100% malo (Figura 27).

Figura 27

Dimensiones y Subdimensiones de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas



Fuente: Encuesta a productores.

Tabla 11

Dimensiones de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.

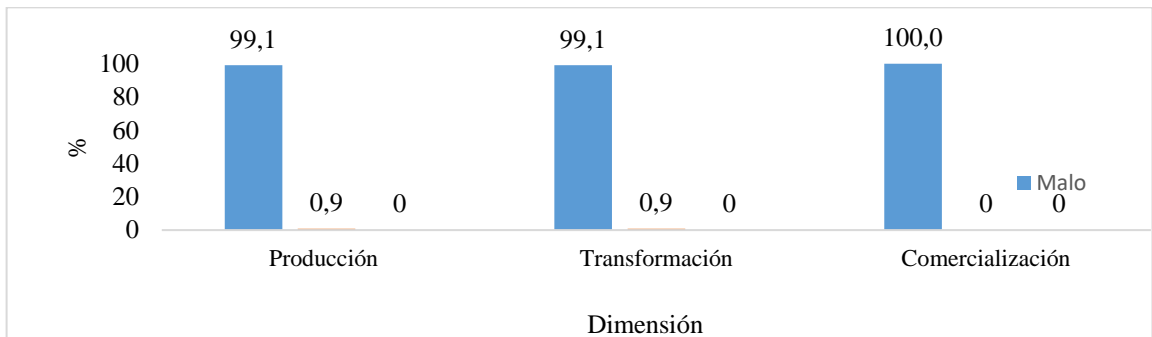
Dimensión	Malo	Regular	Bueno
Producción	99.1	0.9	0
Transformación	99.1	0.9	0
Comercialización	100	0	0
Cadena productiva	99.1	0.09	0

Fuente: Encuesta a productores.

La cadena productiva donde el eslabón producción dió como resultado que el 99.1% es malo, la transformación el 99.1% es malo y la comercialización siendo el 100% malo teniendo así una deficiente (mala) cadena productiva en el 100% (Figura 28).

Figura 28

Dimensiones de la Cadena Productiva de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas



Fuente: Encuesta a productores.

3.3. Ventaja competitiva los productores de la tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas

La ventaja competitiva son las características que tiene un producto o una marca al cual les dan una cierta supremacía a sus competidores.

Son:

- ❖ Liderazgo en costes: costos directos es el que tiene una relación más directa con el producto, servicio o actividad de una empresa u organización y el indirecto tiene una relación más tangencial con las actividades de la empresa. Las maquinarias modernas estas ayudan a mejorar la productividad de una empresa, control de mermas esta puede representar cómo una perdida según el manejo que le dé una determinada organización u empresa.
- ❖ Diferenciación: productos de calidad es según la perspectiva que le dé el cliente a un determinado producto, innovación quiere decir a dar modificaciones, se trabaja con novedades e ideas que impacten al consumidor, reputación es el reconocimiento que puede recibir una empresa por su comportamiento en el mercado, promociones y descuentos estas incentivan a comprar un determinado producto o servicio.

- ❖ Segmentación: línea de producto se considera a un grupo de productos que tienen características comunes entre sí, y la especialización del producto se refiere a la consolidación de una empresa en una área o rama buscando la oportunidad de ser reconocidos

La ventaja competitiva para liderazgo en costes el 56.4% de encuestados nunca evalúan sus costos de producción y de su producto cosechado, el 74.4% nunca selecciona a sus proveedores para mejorar la productividad de tara, el 80.3% nunca mantiene un manejo de los costos; maquinarias modernas el 93.2% nunca suele usar maquinaria durante la producción, el 52.1% nunca creen que la maquinaria ayuda a reducir tiempos en la producción de tara, el 98.3% nunca suelen usar maquinaria durante la cosecha y la post cosecha, para control de mermas el 55.6% nunca maneja las pérdidas de volumen de la tara o bodega de almacenamiento, 97.4% nunca genera nuevos productos a base de la tara, el 69.2% nunca realiza la venta de la tara después de que pasó su tiempo.

Diferenciación los productos de calidad el 93.2% nunca realizan estudios para conocer los gustos y necesidades de sus consumidores, 94.9% nunca realizan estudios para conocer la satisfacción de sus consumidores, el 97.4% nunca realizó estudios para conocer si supera las expectativas del consumidor; innovación 42.7% nunca participa a capacitaciones para conocer innovaciones tecnológicas, 99.1% nunca contrata especialistas para realizar investigaciones e innovaciones de su producto como también el 99.1% nunca contrata nuevo personal para la generación de nuevas ideas empresariales en la producción de tara, para reputación el 98.3% nunca participa en ferias locales, regionales, nacionales e internacionales para conocer las innovaciones tecnológicas para la producción de tara lo mismo sucede nunca realiza selección de profesionales para gestión de su producto el 82.9% nunca sus productos son vendidos con otras marcas, las promociones y descuentos el 99.1% nunca establece áreas comerciales para las ventas de sus consumidores.

Tabla 12

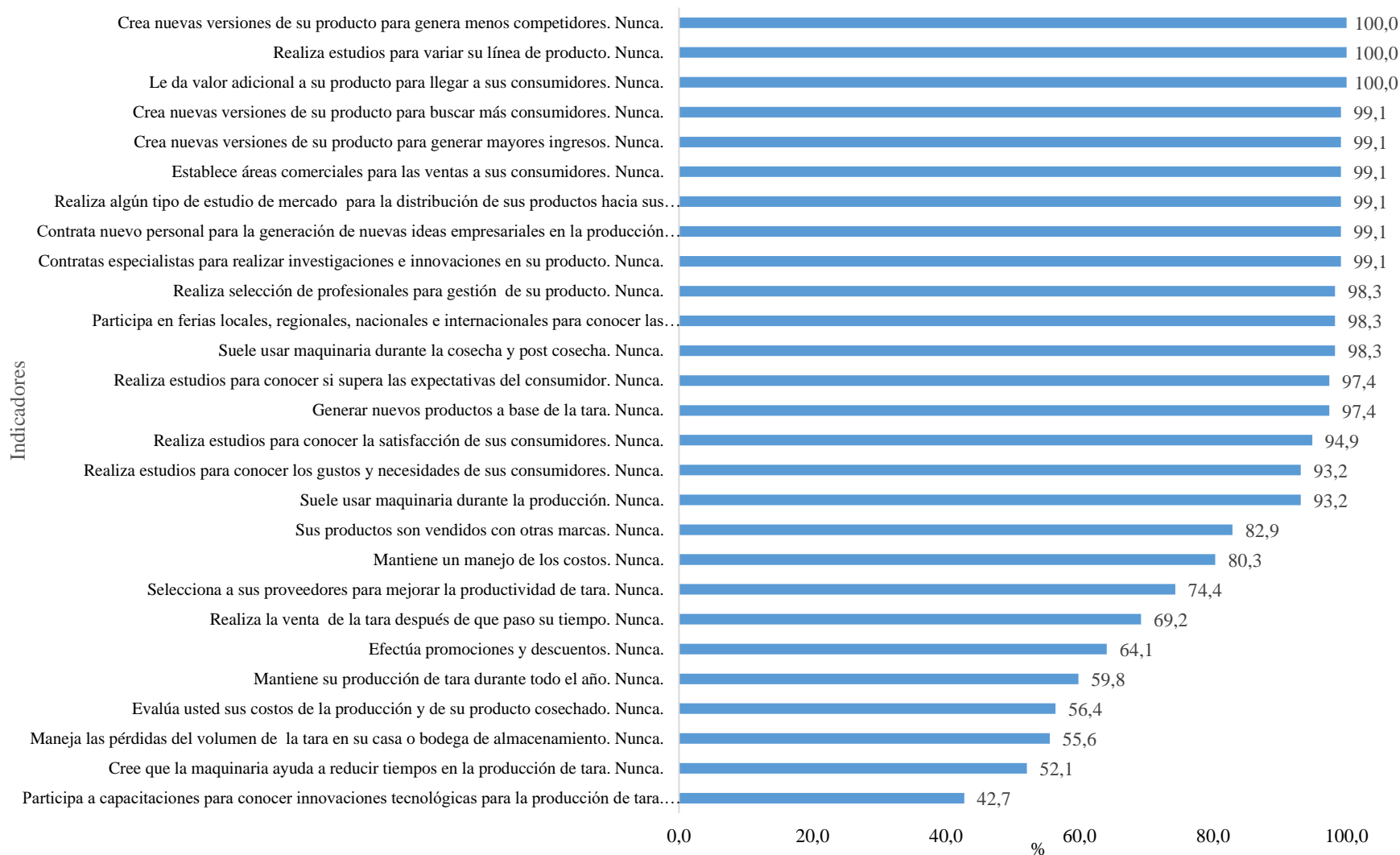
Dimensión, Subdimensiones e Indicadores de la Ventaja Competitiva los Productores de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.

Subdimensión		Indicadores		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Liderazgo en costes	Costos directos e indirectos	1	Evalúa usted sus costos de la producción y de su producto cosechado.	56.4	28.2	12.0	2.6	0.9
		2	Selecciona a sus proveedores para mejorar la productividad de tara.	74.4	16.2	6.0	0.9	2.6
		3	Mantiene un manejo de los costos	80.3	14.5	2.6	1.7	0.9
	Maquinarias modernas	4	Suele usar maquinaria durante la producción	93.2	4.3	2.6	0	0
		5	Cree que la maquinaria ayuda a reducir tiempos en la producción de tara.	52.1	0	9.4	28.2	10.3
		6	Suele usar maquinaria durante la cosecha y post cosecha	98.3	1.7	0	0	0
	Control de mermas	7	Maneja las pérdidas del volumen de la tara en su casa o bodega de almacenamiento.	55.6	22.2	21.4	0.0	0.9
		8	Generar nuevos productos a base de la tara	97.4	0	2.6	0	0
		9	Realiza la venta de la tara después de que paso su tiempo	69.2	12.8	15.4	2.6	0
Diferenciación	Productos de calidad	10	Realiza estudios para conocer los gustos y necesidades de sus consumidores.	93.2	5.1	1.7	0	0
		11	Realiza estudios para conocer la satisfacción de sus consumidores.	94.9	5.1	0	0	0
		12	Realiza estudios para conocer si supera las expectativas del consumidor.	97.4	2.6	0	0	0
	Innovación	13	Participa a capacitaciones para conocer innovaciones tecnológicas para la producción de tara.	42.7	27.4	23.1	6.8	0
		14	Contratas especialistas para realizar investigaciones e innovaciones en su producto.	99.1	0	0.9	0	0
		15	Contrata nuevo personal para la generación de nuevas ideas empresariales en la producción de tara	99.1	0.9	0	0	0
	Reputación	16	Participa en ferias locales, regionales, nacionales e internacionales para conocer las innovaciones tecnológicas para la producción de tara.	98.3	1.7	0	0	0
		17	Realiza selección de profesionales para gestión de su producto	98.3	0.9	0.9	0	0
		18	Sus productos son vendidos con otras marcas.	82.9	3.4	5.1	6.8	1.7
Promociones y descuentos	19	Efectúa promociones y descuentos	64.1	20.5	14.5	0.9	0	
	20	Realiza algún tipo de estudio de mercado para la distribución de sus productos hacia sus consumidores	99.1	0.9	0	0	0	
	21	Establece áreas comerciales para las ventas a sus consumidores	99.1	0.9	0	0	0	
Segmentación	Línea de producto	22	Le da valor adicional a su producto para llegar a sus consumidores.	100.0	0	0	0	0
		23	Mantiene su producción de tara durante todo el año.	59.8	24.8	7.7	6.8	0.9
		24	Realiza estudios para variar su línea de producto.	100.0	0	0	0	0
	Especialización del Producto	25	Crea nuevas versiones de su producto para generar mayores ingresos.	99.1	0.9	0	0	0
		26	Crea nuevas versiones de su producto para buscar más consumidores.	99.1	0	0	0.9	0
		27	Crea nuevas versiones de su producto para genera menos competidores	100.0	0	0	0	0

Fuente: Encuesta a productores

Figura 29

Indicadores de Ventaja Competitiva los Productores de la Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas

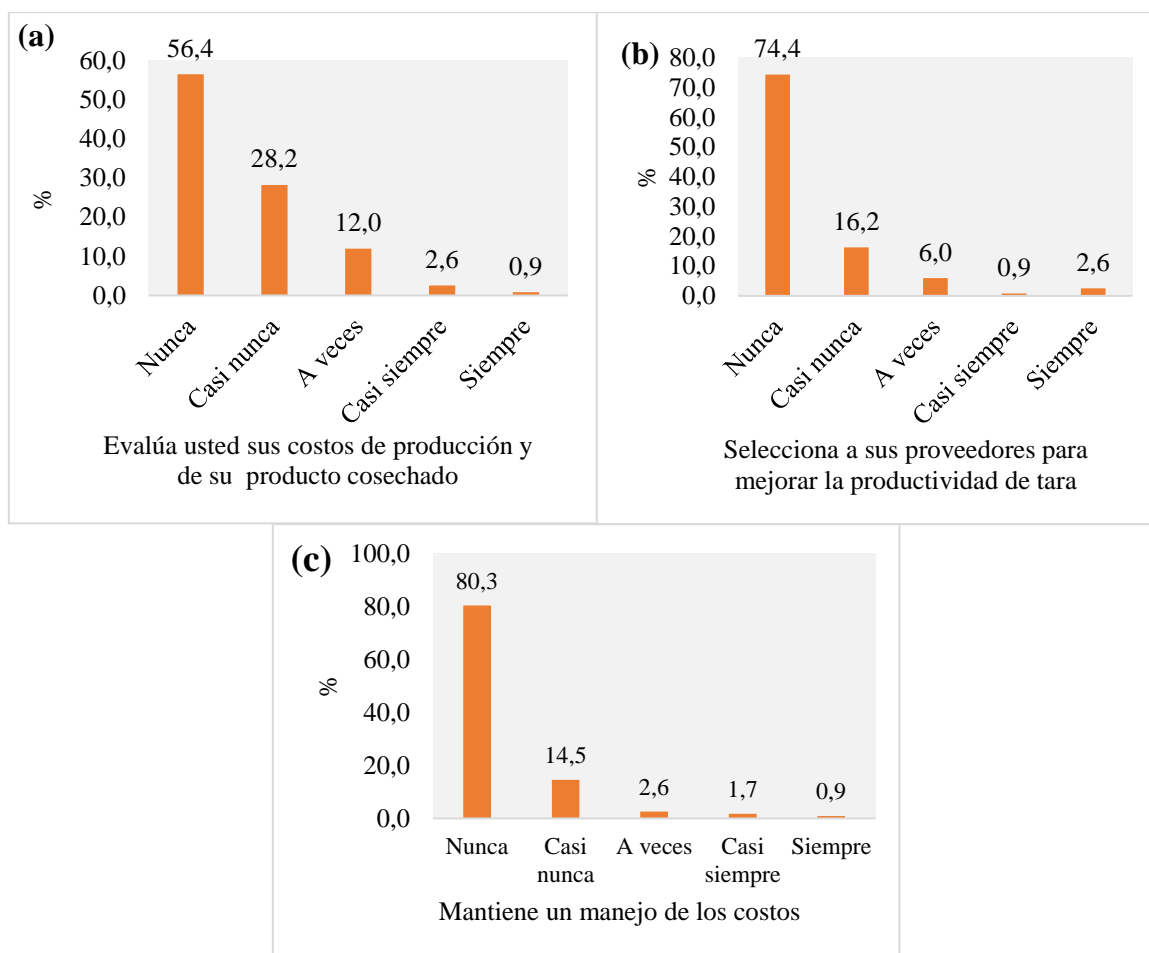


Descripción de liderazgo en costes

Respecto a los costos directos e indirectos el 56.4% de productores de tara mencionó que nunca evalúa sus de la producción y de su producto cosechado, el 74.4% no selecciona a sus proveedores para mejorar la productividad de tara y el 80.3% nunca mantiene un manejo de sus costos (Figura 30).

Figura 30

Costos Directos e Indirectos de Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.

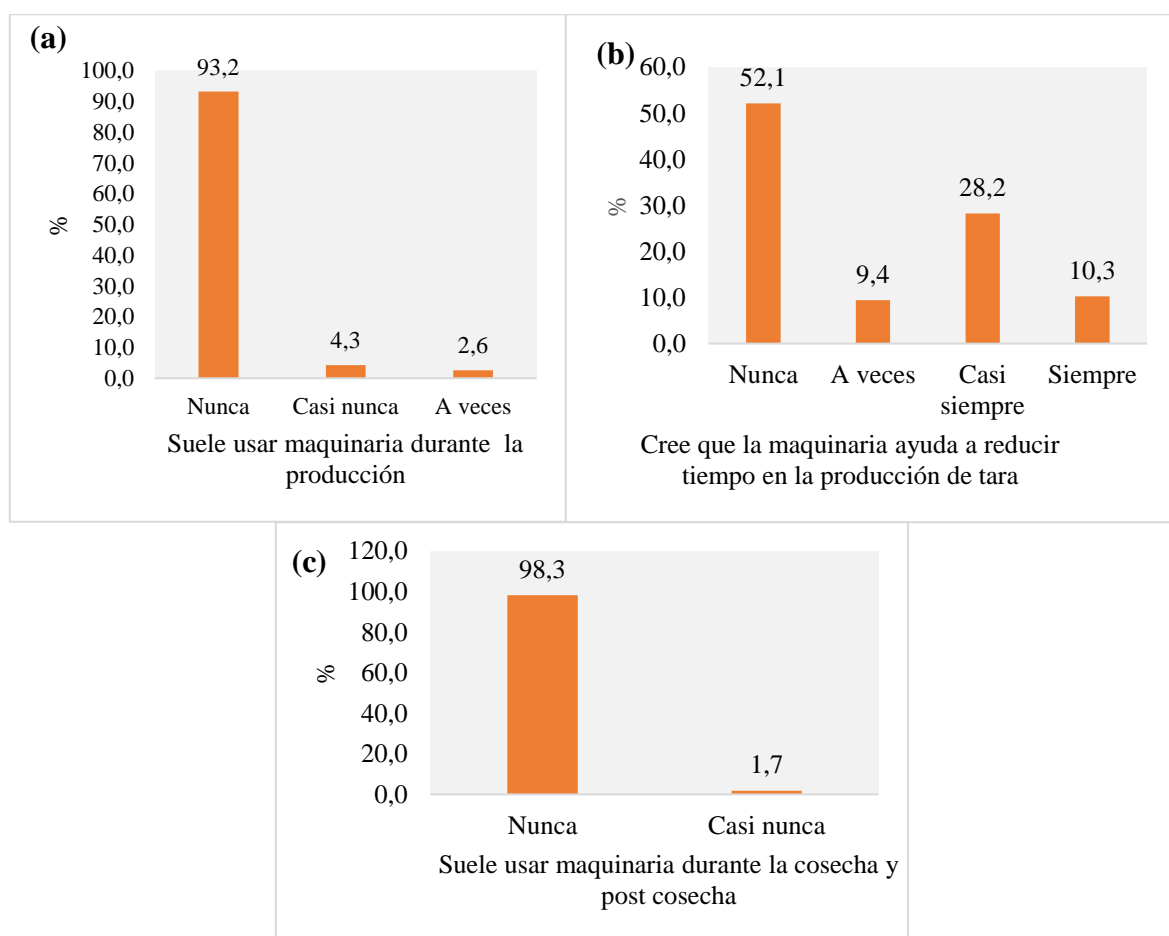


Nota: La figura 30 representa a la subdimensión costos directos e indirectos de la producción de tara, la figura superior izquierda (a) a la evaluación de los costos de producción y de su producto cosechado de tara, la figura superior derecha (b) relacionado con la selección de proveedores para la producción de tara y la inferior (c) mantiene manejo de costos.

En cuanto a las maquinarias modernas las nuevas tecnologías ayudan a mejorar la productividad de las empresas haciéndolas así más eficientes y eficaces, el 93.2 % no suele usar maquinaria durante la producción, mientras tanto el 52.1% no cree que la maquinaria ayuda a reducir tiempos en la producción de tara y el 98.3% nunca suele usar maquinaria durante la cosecha y la post cosecha esto comprende que la ventaja competitiva es muy baja (Figura 31).

Figura 31

Maquinarias Modernas de Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021

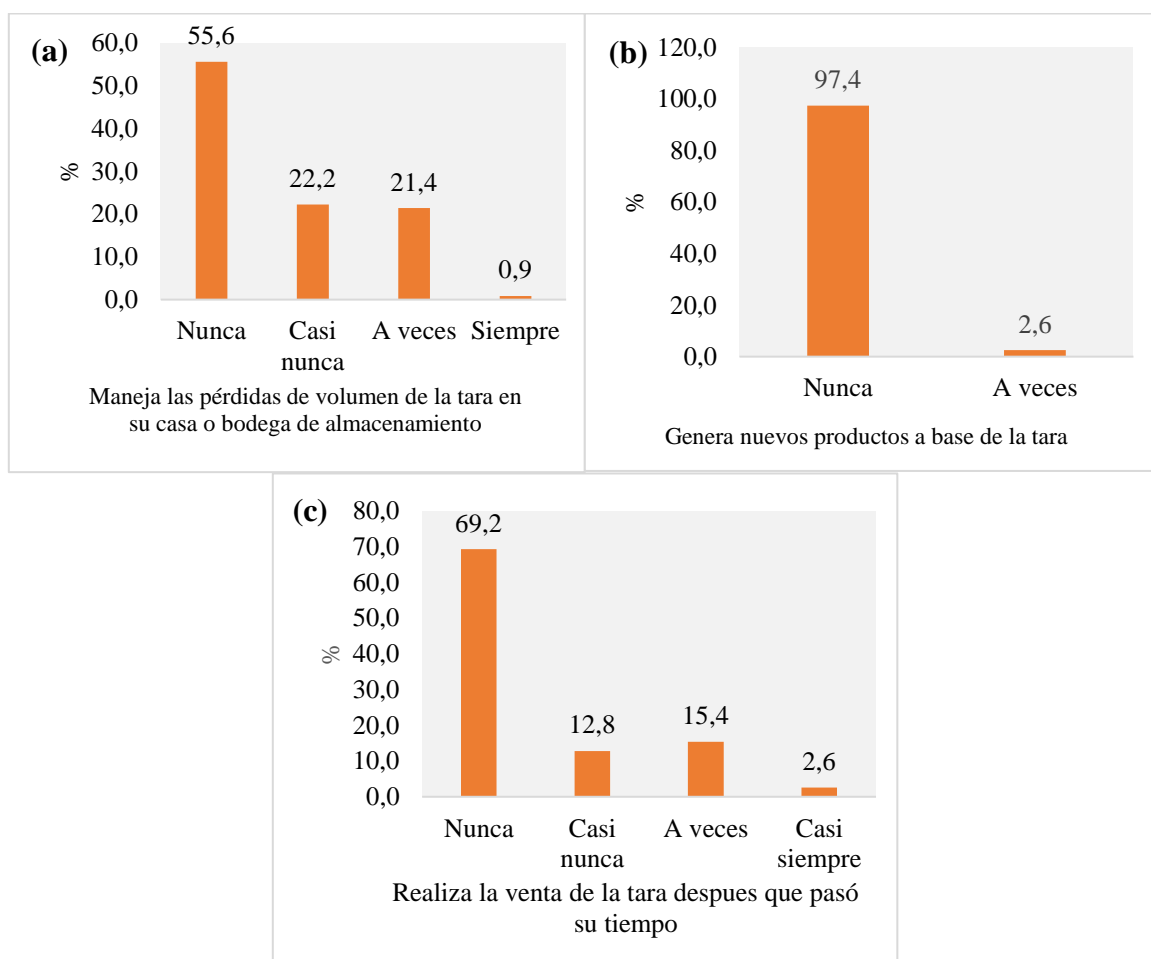


Nota: La figura 31 representa a la subdimensión maquinarias modernas de productores de tara, donde la figura superior izquierda (a) es el indicador suele usar maquinaria durante la producción, la figura superior derecha es el indicador cree que la maquinaria ayuda a reducir tiempo en la producción de tara y la inferior (c) el indicador suele usar maquinaria durante la cosecha y la post cosecha.

El control de mermas, tener mermas en una empresa u organización en cualquier eslabón de la cadena productiva es inevitable, se encontrará motivos a veces no, pero si lo tratas de solucionar no perderá la rentabilidad en el caso de productores de tara de los 6 distritos de Chachapoyas el 55.6% nunca manejan las pérdidas de volumen de la tara en su casa o bodega de almacenamiento, el 97.4% no generan nuevos productos a base de la tara y 69.2% nunca realiza la venta de la tara después que pasó su tiempo. La gran mayoría no lleva un control de sus mermas esto lleva a tener una menor producción y rentabilidad (Figura 32).

Figura 32

Control de Mermas de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021



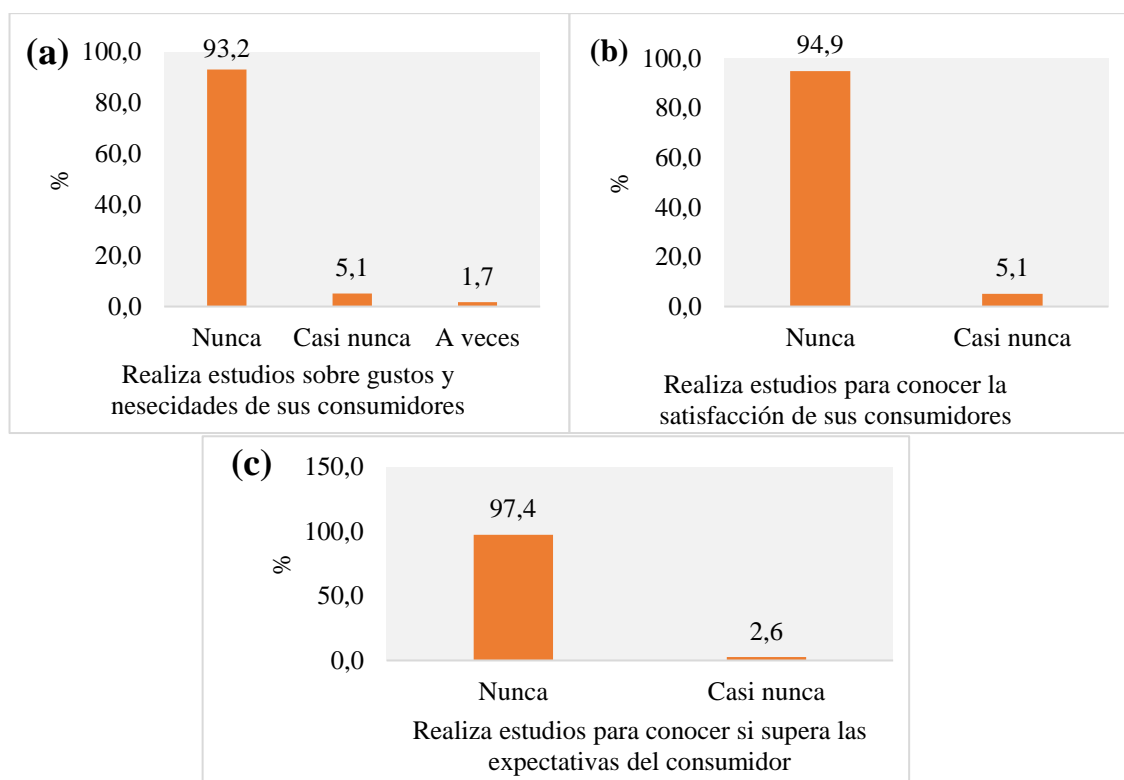
Nota: La figura 32 representa a la subdimensión control de mermas de productores de tara, donde la figura superior izquierda (a) es el indicador maneja las pérdidas de volumen de la tara en su casa o bodega, la figura superior derecha (b) es el indicador genera nuevos productos a base de tara y el inferior (c) es el indicador realiza la venta de la tara después de que pasó su tiempo.

Descripción de diferenciación

Con respecto a productos de calidad la calidad de los bienes y procesos lleva a una ventaja competitiva si supera las expectativas que hay en el cliente o consumidor final el 93.2% mencionó que nunca realiza estudios para conocer los gustos y necesidades de sus consumidores, el 94.9% nunca realiza estudios para conocer la satisfacción de sus consumidores y el 97.4% no realiza estudios para conocer si supera la expectativa del consumidor (Figura 33).

Figura 33

Productos de Calidad de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021

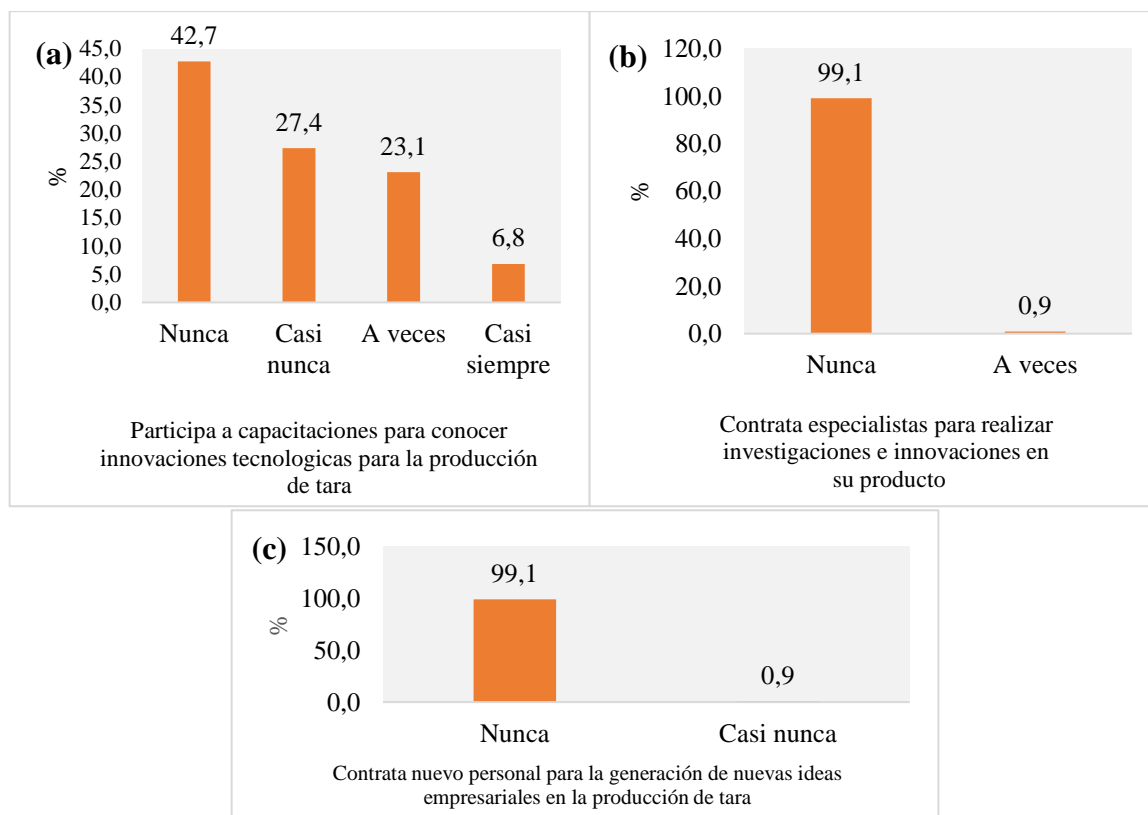


Nota: la figura 33 representa la subdimensión productos de calidad de los productores de tara, la figura superior izquierda (a) es el indicador realiza estudios sobre gustos y necesidades de sus consumidores, la figura superior derecha (b) realiza estudios para conocer la satisfacción de sus consumidores y la inferior (c) realiza estudios para conocer si supera las expectativas del consumidor.

Referente a la innovación estas incrementan las ventas mejora la satisfacción de los consumidores gracias a la motivación del personal asesoramientos y capacitaciones se puede lograr un mejor resultado en la competitividad, el 42.7% de productores de tara refirió que nunca ha participado a capacitaciones para conocer innovaciones tecnológicas para la producción de tara, el 99.1% nunca han contratado especialistas para realizar investigaciones e innovaciones en su producto y el 99.1% nunca contrata nuevo personal para generación de nuevas ideas empresariales en la producción de tara; esto atrae a la desventaja competitiva para los productores (Figura 34).

Figura 34

Innovación de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.

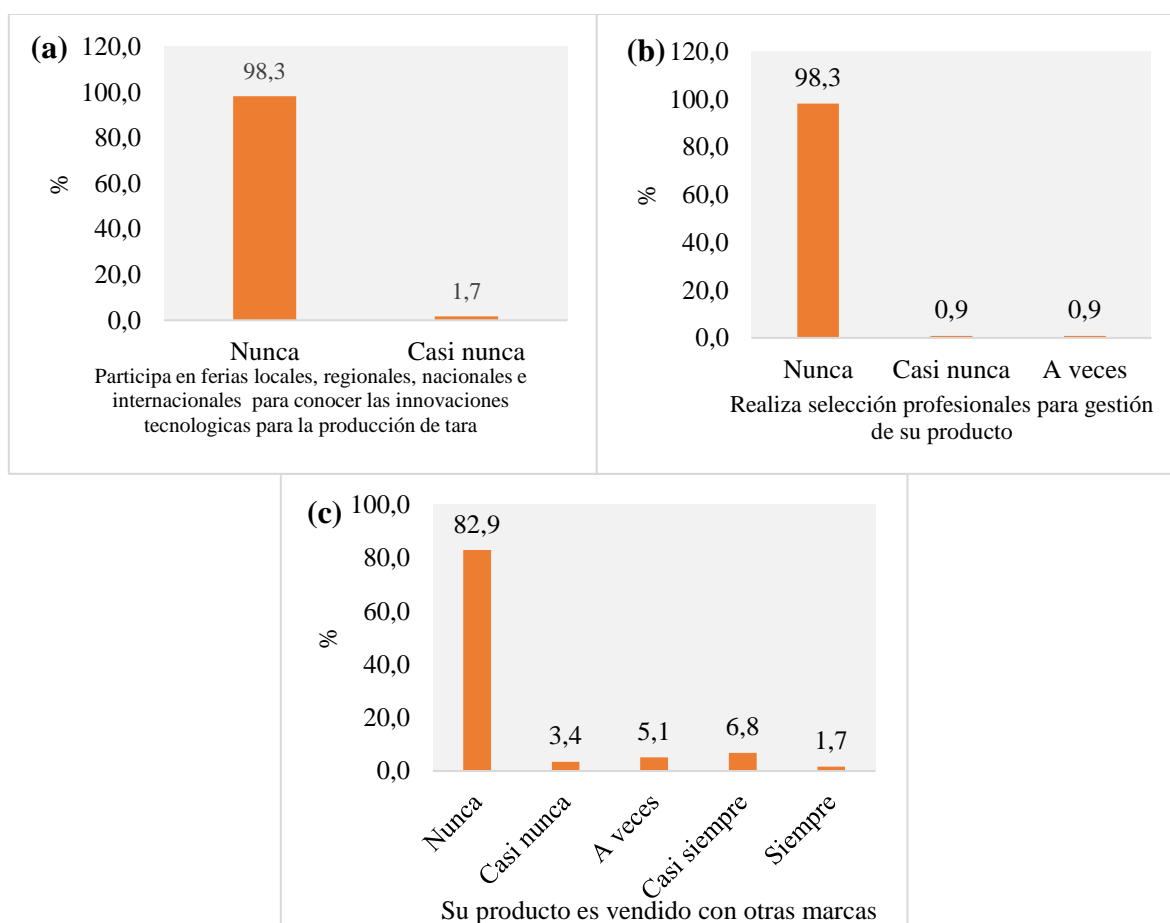


Nota: La figura 34 de la subdimensión innovación de los productores de tara, en la figura superior izquierda (a) el indicador es participa a capacitaciones para conocer innovaciones tecnologicas para la producción de tara, en la figura superior derecha (b) contrata especialistas para realizar investiagciones e innovaciones en su producto y la inferior (c) contrata nuevo personal para la generación de nuevas ideas empresariales para la producción de tara.

Referente a la reputación estas hacen que sean más visibles las bases para relaciones duraderas con las demás y también con el público, el 98.3% productores mencionó que nunca participa en ferias locales, regionales, nacionales e internacionales para conocer las innovaciones tecnológicas para la producción de tara, el 98.3% nunca realiza selección de profesionales para gestión de su producto y el 82.9% nunca han vendido sus productos con otras marcas (Figura 35).

Figura 35

Reputación de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.

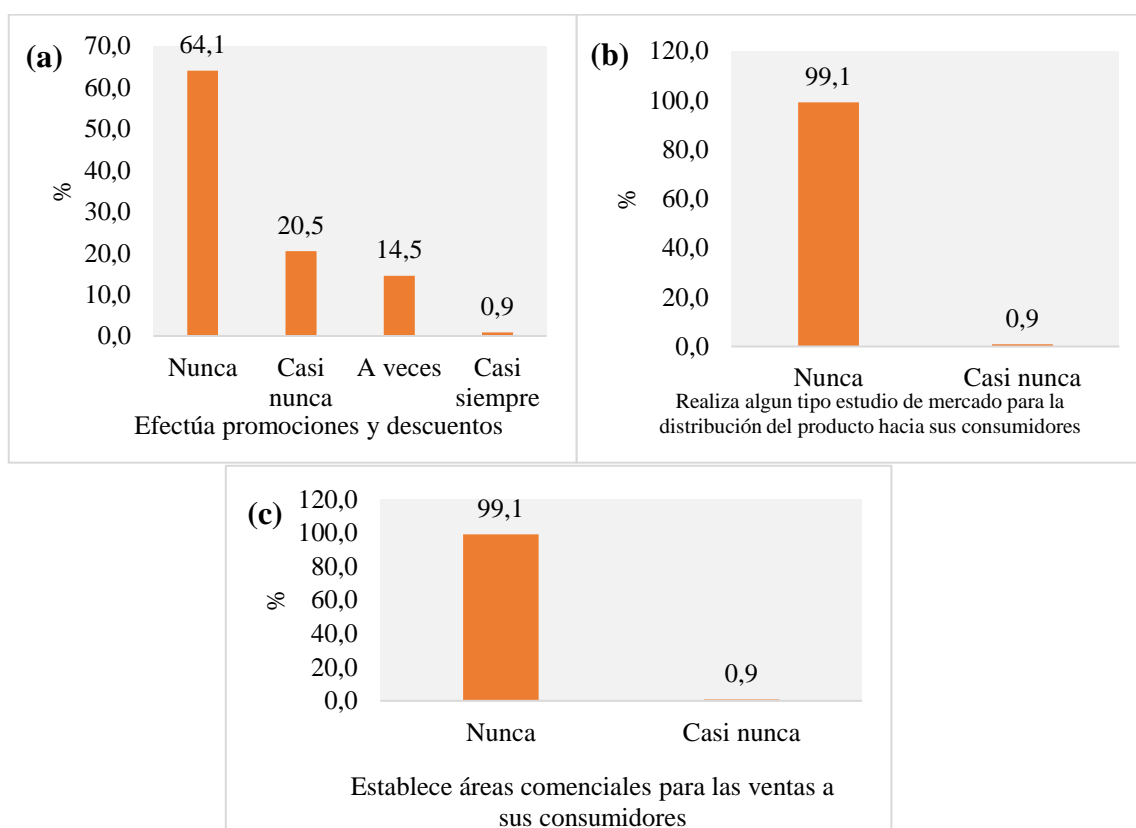


Nota: la figura 35 de la subdimensión reputación de productores de tara, donde la figura superior izquierda (a) es participa en ferias locales, regionales, nacionales e internacionales para conocer las innovaciones tecnológicas para la producción de tara, la figura superior derecha (b) realiza selección de profesionales para gestión de su producto y la inferior (c) su producto es vendido con otras marcas.

Promociones y descuentos estas actividades ayudan a conectar con los clientes, por lo tanto, aumenta esa ventaja competitiva, se encontró que el 64.1 % nunca efectúan promociones y descuentos, 99.1% de productores de tara refirió que nunca realizan algún tipo de estudio de mercado para la distribución de sus productos hacia sus consumidores y el 99.1% nunca establece áreas comerciales para las ventas a sus consumidores (Figura 36).

Figura 36

Promociones y Descuentos de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021.



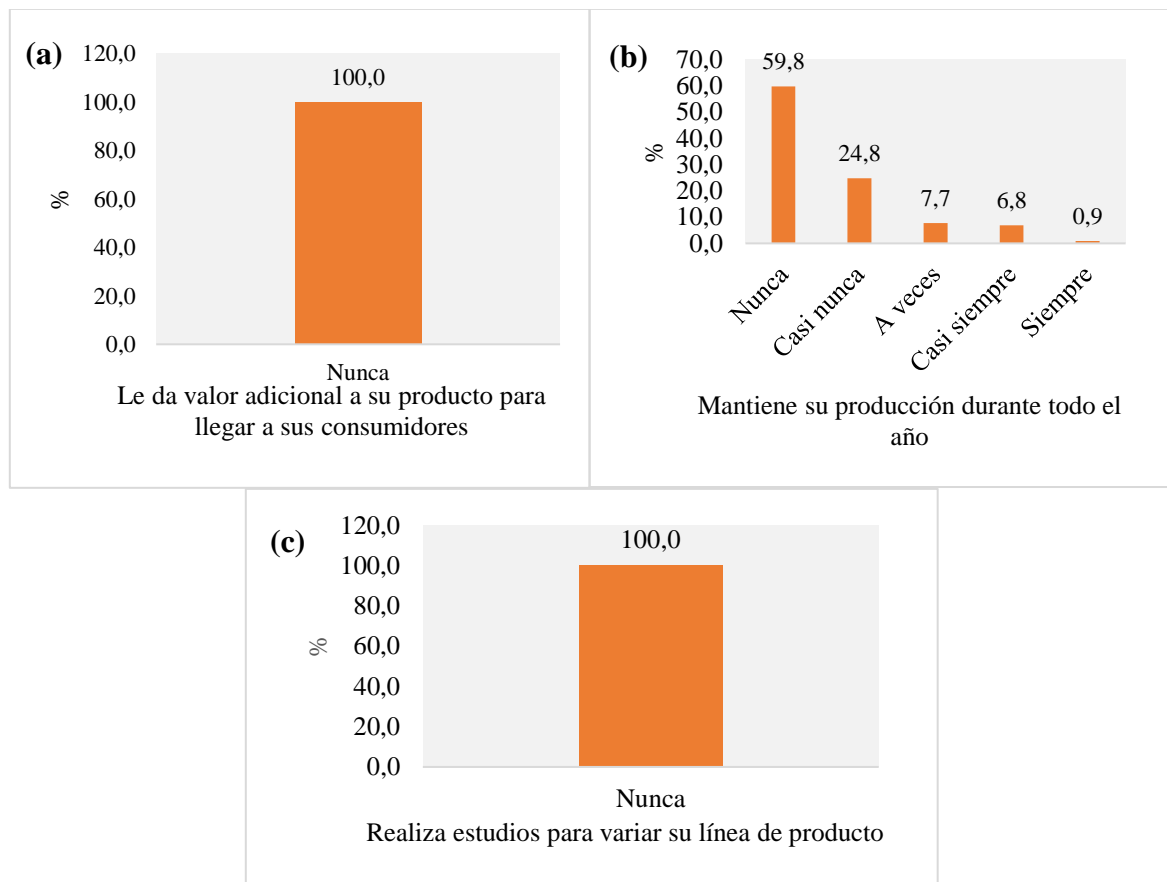
Nota: La figura 36 representa a la subdimensión promociones y descuentos de los productores de tara, la figura superior izquierda (a) es el indicador efectúa promociones y descuentos, la figura superior derecha (b) realiza algún tipo de estudio del mercado para la distribución del producto hacia sus consumidores y la inferior (c) establece áreas comerciales para las ventas a sus consumidores.

Descripción de segmentación

La línea de producto implica ofrecer productos que diferencien a las demás estas tendrían que ser de calidad, los productores de tara de los distritos de Chachapoyas el 100% nunca le dió valor adicional a su producto, otra dificultad que se encuentra es que el 59.8% no mantiene la producción de tara durante todo el año y 100% nunca realizó estudios para variar su línea de producto ya que ellos no le dan la importancia al producto (Figura 37).

Figura 37

Línea de Producto de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021

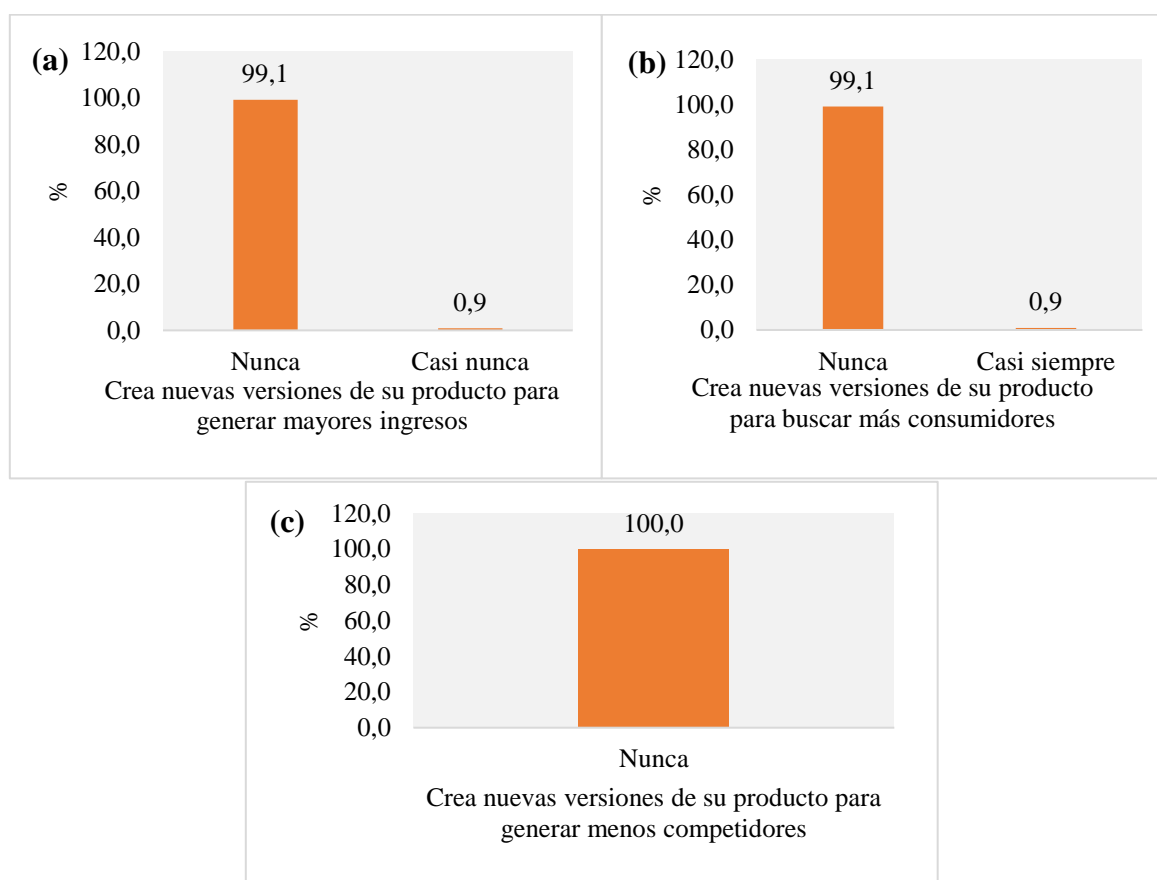


Nota: La figura 37 representa a la subdimensión línea de producto, la figura superior izquierda (a) es el indicador le da valor adicional a su producto para llegar a sus consumidores, la figura superior derecha (b) mantiene su producción durante todo el año, y la inferior realiza estudios para variar su línea de producto.

Referente a especialización del producto las organizaciones crean muchas versiones de sus productos para así poder diferenciarse del resto esto ayuda mantenerse en el mercado y atraer más ventas. El 99.1% de productores de tara de la provincia de Chachapoyas nunca han creado nuevas versiones de su producto para generar más ingresos, aumentar su consumo y disminuir a sus competidores; según las opiniones es que no tienen los productores el asesoramiento necesario para poder realizar estas actividades (Figura 38).

Figura 38

Especialización del Producto de los Productores de Tara de la Provincia de Chachapoyas 2021



Nota: La figura 38 es la subdimensión especialización del producto, donde la figura superior izquierda (a) es el indicador crea nuevas versiones de su producto para generar mayores ingresos, la figura superior derecha (b) crea nuevas versiones de su producto para buscar más consumidores y la inferior (c) crea nuevas versiones de su producto para generar menos competidores.

Tabla 13

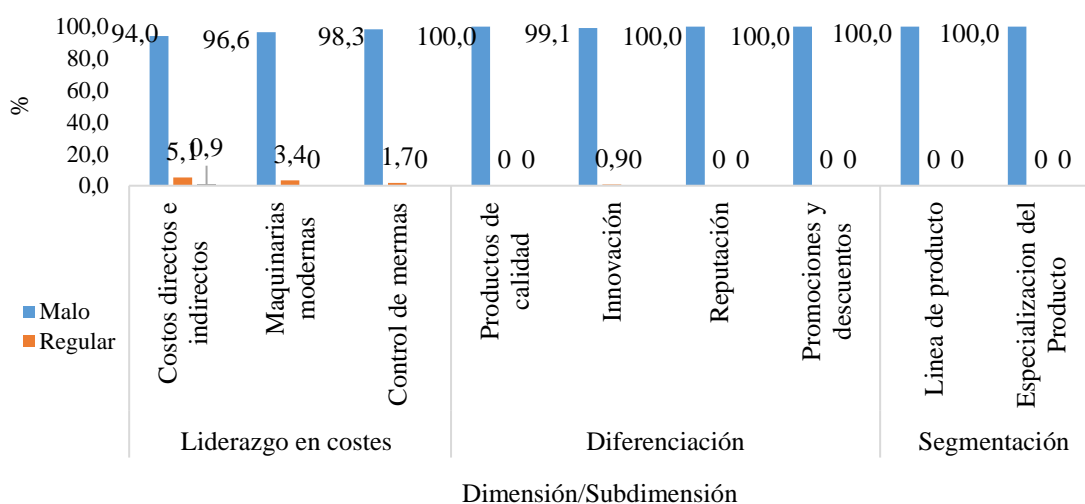
Dimensiones y Subdimensiones de la Ventaja competitiva los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.

Dimensión	Subdimensiones	Malo	Regular	Bueno
Liderazgo en costes	Costos directos e indirectos	94.0	5.1	0.9
	Maquinarias modernas	96.6	3.4	0
	Control de mermas	98.3	1.7	0
Diferenciación	Productos de calidad	100.0	0	0
	Innovación	99.1	0.9	0
	Reputación	100.0	0	0
	Promociones y descuentos	100.0	0	0
Segmentación	Línea de producto	100.0	0	0
	Especialización del Producto	100.0	0	0

Fuente: Encuesta a productores.

Figura 39

Dimensiones y Subdimensiones de la Ventaja Competitiva los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.



Fuente: Encuesta a productores.

La dimensión de liderazgo en costes se refiere a que los indicadores de costos directos e indirectos se encontró en un 94.0 % malo, maquinarias modernas en un 96.6% malo, el control de mermas 98.3% malo; para la diferenciación el indicador productos de calidad 100% malo, la innovación 99.1%, reputación siendo 100% malo también las promociones y

descuentos; la segmentación la línea de producto y la especialización del producto son 100% malo (Tabla 14 y Figura 40).

Tabla 14

Dimensiones de la Ventaja Competitiva de los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.

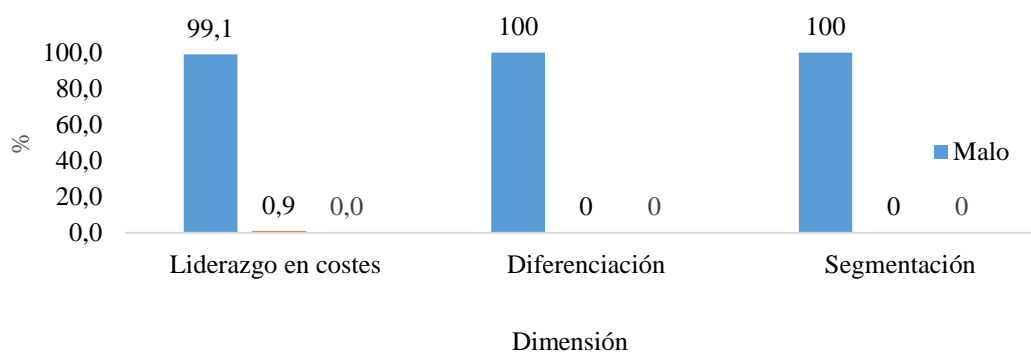
Dimensión	Malo	Regular	Bueno
Liderazgo en costes	99.1	0.9	0
Diferenciación	100	0	0
Segmentación	100	0	0
Ventaja Competitiva	99.1	0.9	0

Fuente: Encuesta a productores.

Las dimensiones de liderazgo en costes resultaron negativas de 99.1% malo, la diferenciación y la segmentación siendo malo en un 100%. La ventaja competitiva es 99.1% malo.

Figura 40

Dimensiones de la Ventaja Competitiva de los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas 2021.



Fuente: Encuesta a productores.

3.4. Relación entre cadena productiva y ventaja competitiva

La tabla 15 reporta que el 99% de los productores de tara de la provincia Chachapoyas, Amazonas, tienen la ventaja competitiva y cadena productiva mala y solo el 0.09% regular; la prueba chi cuadrado indicó que existe una relación significativa entre ventaja competitiva y cadena productiva de la tara. Donde reporta un coeficiente de correlación spearman $R=1$ ($p=0.000<0.05$) lo que indica una relación perfecta entre las variables y muy significativa entre las variables de estudio (Anexo 8 y 9).

Tabla 15

Ventaja Competitiva y Cadena Productiva de los Productores de Tara de la Provincia Chachapoyas, Amazonas.

Ventaja Competitiva	Cadena Productiva		Total
	Malo	Regular	
Malo	99.1	0.0	99.1
Regular	0	0.9	0.9
Total	99.1	0.9	100.0

Fuente: $P=0.000<0.05$, prueba Chi cuadrado con coeficiente de correlación spearman $R=1$ ($p=0.000<0.05$)

Fuente: Encuesta a productores.

IV. DISCUSIÓN

En los resultados de la investigación se concluyó que el 99% de los productores de tara de la provincia Chachapoyas tienen la ventaja competitiva y cadena productiva mala y solo el 0.09% regular y la prueba chi cuadrado indicó que existe una relación significativa entre ventaja competitiva y cadena productiva de la tara estos resultados coinciden con (Espinoza, 2017) quien concluyó que la ventaja competitiva el 63.3% de encuestados lograron un nivel “regular” y la cadena productiva el 65.7% de productores encuestados dieron un nivel “Regular” y de que entre las dimensiones ventaja competitiva y cadena productiva existía relación entre estas; en relación con (Gonzales I. , 2022) realizó su estudio en Ayacucho quien obtuvo que la variable capacitación obtuvo una correlación alta de 0.872, la tecnología con 0.907 organización se obtuvo 0.834, conocimiento de mercado 0.837 con respecto a la competitividad y a la cadena productiva son directamente proporcionales.

La ventaja Competitiva donde la dimensión de liderazgo en costes resultó negativa con un 99.1% malo, la diferenciación y la segmentación siendo malo en un 100% por lo tanto se concluyó que la ventaja competitiva es 99.1% malo. Por otro lado (López J. , 2017) en Junin, determinó que la variable estrategias competitivas para la dimensión liderazgo en costos el 96.88% de encuestados opinaron que tiene nivel alto, para diferenciación el 100% opinó que tiene un nivel alto y para segmentación el 87.5% mencionó que tiene un nivel alto teniendo así una tendencia al nivel de aceptación alto en las empresas exportadoras.

(Marquez, 2019) encontró que producción de las queserías de Pomacanchi un 58% acopia un promedio 601 Lt a 800 lts al día y el 100% utilizan cantaros para mantener la leche fresca, para la transformación el 100% utiliza producción industrial y para comercialización el 100% destina al programa vaso leche siendo eficiente la cadena productiva del producto, lo cual es muy diferente a los resultados encontrados en la presente investigación donde la cadena productiva la producción resultó que el 99.1% es malo, la transformación el 99.1% es malo y la comercialización siendo el 100% malo teniendo así una deficiente cadena productiva en el 100% mala.

El distrito que menos producción obtuvo a nivel de los distritos estudiados de la provincia de Chachapoyas fue San Isidro de Maino con 75 kg de tara y el que tuvo más producción en kg fue el distrito de Chiliquin con 3037.50 kg; con respecto a precios el distrito de la Jalca Grande ofreció el precio más bajo se registró con 0.50 céntimos siendo el más bajo en comparación con los demás distritos de la provincia de Chachapoyas y el precio más alto con el que se vendió la tara a 10 soles fueron los distritos de la Jalca Grande y la Magdalena estas diferencias abruptas son debido a la pandemia y a la crisis política que se vivió en esos años pero (Martinez, 2019) quien encontró como resultados que Guatemala produce cerca de 2.27 millones de quintales al año de cítricos con un precio promedio de 196.56 centavos el millar, para Argentina el área total cultiva fue de 53.7 mil hectáreas y una producción de 2.6 millones de toneladas, y para México encontró que 3100 hectáreas de cítricos con una producción de 556 mil toneladas donde estos producen de acuerdo a los compradores del mercado, se distinguen por realizar productos con innovación y de alta calidad, aprovechando las diferentes oportunidades del mercado.

V. CONCLUSIONES

En el diagnóstico de la investigación se encontró que el distrito de la Jalca Grande el precio fue el más bajo en comparación con los demás distritos de estudio y el precio más alto fueron de los distritos de la Jalca Grande y la Magdalena; mientras que la producción en San Isidro de Maino siendo el más bajo y el que tuvo más producción en kilogramos fue el distrito de Chiliquin con 3037.50 kg por lo tanto los precios de la tara en los últimos años han subido debido a la pandemia y la crisis política, con el aumento de los costos de producción debido a inflación; dando consecuencias como cosechas anuales entre buenas y malas viéndose afectada la producción.

La ventaja competitiva la dimensión de liderazgo en costes resultó negativa con un 99.1% malo, la diferenciación y la segmentación siendo mala en un 100% por lo tanto se concluyó que la ventaja competitiva es 99.1% malo. Esta variable de estudio es negativa debido a que no existe ningún tipo de manejo de costes, no cuentan maquinarias modernas, no hay especialización del producto y no mejoran la línea del producto entre otros factores limitativos para el desarrollo competitivo.

La cadena productiva de tara donde los eslabones de producción fue que el 99.1% es malo, la transformación el 99.1% es malo y la comercialización siendo el 100% malo teniendo así una muy deficiente cadena productiva siendo esta el 100% mala. Los principales agentes, los productores y los agentes responsables de su comercialización no cumplen sus funciones y características con respecto a cada eslabón y no cuentan con el conocimiento suficiente para poder desarrollarlas. Por lo tanto, la cadena es deficiente y negativa esto no favorece al proceso y crecimiento productivo de la tara.

En esta investigación se llegó a comprobar que según las respuestas de los encuestados en razón entre ventaja competitiva y cadena productiva de la tara de la provincia de Chachapoyas 2021, si existe una vinculación de estas variables estudiadas ya que $P=0.000 < 0.05$, prueba Chicuadro con coeficiente de correlación spearman $R=1$.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda complementar y reforzar los eslabones de la cadena productiva de la tara, la producción, transformación, distribución, mejorar la calidad del producto eficiencia y la satisfacción del cliente y así tener una ventaja competitiva sostenible.

Para mejorar la ventaja competitiva se recomienda que los productores asistan a capacitaciones para mejorar la producción de tara, asociarse entre productores para obtener beneficios comunes y participar en proyectos de inversión ya sea pública o privada

Es necesario crear estrategias y alianzas con empresas y organizaciones para que los productos se puedan comercializar directamente, ya que los intermediarios ofrecen otros precios distintos a la realidad, así los productores se vean beneficiados.

Se recomienda al Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED) y a las escuelas profesionales de la facultad ciencias económicas y administrativas de la UNTRM-A desarrollar programas de capacitación y fortalecimientos de cadenas productivas tanto de la tara y de otros productos agropecuarios.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cayeros, S., Robles, J., & soto, E. (8 de junio de 2016). *Cadena de valor y competitividad*. Obtenido de Cadena de valor y competitividad: <https://core.ac.uk/download/pdf/268579414.pdf>
- Chachapoyas, A. P. (23 de abril de 2019). *Family Search*. Obtenido de Family Search: https://www.familysearch.org/es/wiki/Chachapoyas,_Amazonas,_Per%C3%BA_-_Genealog%C3%ADa
- DGPA. (OCTUBRE de 10 de 2015). *MIDAGRI Perú*. Obtenido de MIDAGRI Perú: <https://www.midagri.gob.pe/portal/38-sector-agrario/pecuaria/308-las-cadenas-productivas?start=2#:~:text=Las%20Cadenas%20productivas&text=Seg%C3%BA%20la%20Direcci%C3%B3n%20General%20de,comercializaci%C3%B3n%20hasta%20el%20consumidor%20final>.
- DGPA. (11 de Abril de 2019). *Boletín de tara y comercio en el Perú*. Obtenido de Boletín de tara y comercio en el Perú: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/168510289radF57F7.pdf>
- Espinoza, J. (24 de Agosto de 2017). *Repositorio UCV*. Obtenido de Repositorio UCV: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23914/Espinoza_TJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ferran, G. (5 de julio de 2016). *Red America*. Obtenido de Red America: <https://www.redeamerica.org/Noticias/Detalle/PgrID/1658/PageID/3/ArtMID/1370/ArticleID/345>
- Gonzales, I. (30 de Marzo de 2022). *Repositorio universidad Nacional Agraria la Molina*. Obtenido de Repositorio universidad Nacional Agraria la Molina: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/5291>
- Gonzales, S., & Martinez, Y. (12 de Septiembre de 2018). *Repositorio UNPRG*. Obtenido de Repositorio UNPRG:

<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/2918/BC-TES-TMP-1739.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernandez, S. (14 de abril de 2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Metodología de la Investigación: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Huaman, M. (15 de Julio de 2020). *Repositorio UNTRM-A*. Obtenido de Repositorio UNTRM-A: <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/2123/Marleny%20Huaman%20Huaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Isaza, J. (8 de junio de 2016). *Cadenas Productivas*. Obtenido de Cadenas Productivas: [file:///C:/Users/CECI/Downloads/soporte,+1602-5476-1-CE%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/CECI/Downloads/soporte,+1602-5476-1-CE%20(5).pdf)

López, J. (22 de Junio de 2017). *Repositorio UCV*. Obtenido de Repositorio UCV: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/25712>

López, M. (13 de enero de 2020). *Competitividad y factores críticos de éxito de los negocios de artesanías en la*. Obtenido de Competitividad y factores críticos de éxito de los negocios de artesanías en la: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43189/L%c3%b3pez_PMJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Maicas, J., & Pedro, M. (2011). ¿ Nuevo Escenario competitivo en la industria de la telefonía móvil? *UNIVERSIA BUSSINES REVIEW*, 76-78.

Marquez, G. (23 de junio de 2019). *Repositorio* . Obtenido de Repositorio: http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/3529/253T20190013_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martinez, L. (13 de Diciembre de 2019). *Repositorio Institucional del Tecnológico Nacional de México (RI - TecNM)*. Obtenido de Repositorio Institucional del Tecnológico Nacional de México (RI - TecNM): <https://rinacional.tecnm.mx/handle/TecNM/2459>

- Mata, L. (30 de julio de 2019). *investigalia*. Obtenido de investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>
- Mendoza, L. (20 de Febrero de 2020). *Repositorio UNTRM-A*. Obtenido de Repositorio UNTRM-A: <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/2128/Llomira%20Mendoza%20Maldonado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MINCETUR. (18 de ENERO de 2015). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/3Planes_Regionales_PERX/Perx_Amazonas/Planes_por_Producto_Amazonas/POP_TARA_AMAZONAS.doc
- Perútop. (17 de junio de 2018). *Mapa de la Provincia de Chachapoyas*. Obtenido de Mapa de la Provincia de Chachapoyas: <http://www.perutoptours.com/index01amchachamapa.html>
- Porter, M. (8 de febrero de 2003). *Web y Empresas*. Obtenido de Web y Empresas: http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
- Quintana, C. (2020). Ventaja Competitiva. *OBERLO*, 10.
- Rojas, D., & Barreto, P. (2016). Diagnóstico de competitividad del sector productor de arracacha. Caso municipio de Boyacá (Colombia) 2014. *SCIELO*, 20-40.
- Romero, D. (4 de Octubre de 2020). *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales: <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077034/28065077034.pdf>
- Rus, E. (10 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-aplicada.html>
- TARA. (7 de ABRIL de 2019). *produccion-comercio-de-la-tara-peru.pdf*. Obtenido de *produccion-comercio-de-la-tara-peru.pdf*: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/419835/produccion-comercio-de-la-tara-peru.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta a Productores de Tara

ENCUESTA PARA PRODUCTORES SOBRE VENTAJA COMPETITIVA Y CADENA PRODUCTIVA

*Obligatorio

1. Nombre y apellidos del encuestado *

2. Distrito *

3. Asociación *

En la presente encuesta, se encuentra un conjunto de características sobre competitividad y la cadena productiva, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuestas que debe calificar. Responde con un aspa (x) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios. (1) NUNCA (2) CASI NUNCA (3) A VECES (4) CASI SIEMPRE (5) SIEMPRE

VENTAJA COMPETITIVA

Liderazgo en costes: Costos directos e indirectos

1. Evalúa usted sus costos de la producción y de su producto cosechado.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

2. Selecciona a sus proveedores para mejorar la productividad de tara.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()

3. Mantiene un manejo de los costos.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Maquinarias modernas

4. Suele usar maquinaria durante la producción.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

5. Cree que la maquinaria ayuda a reducir tiempos en la producción de tara.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

6. Suele usar maquinaria durante la cosecha y post cosecha.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Control de mermas.

7. Maneja las pérdidas del volumen de la tara en su casa o bodega de almacenamiento.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()

- 4) ()
5) ()
8. Genera nuevos productos a base de la tara
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
9. Realiza la venta de la tara después de que paso su tiempo.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
- Diferenciación: Productos de calidad
10. Realiza estudios para conocer los gustos y necesidades de sus consumidores.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
11. Realiza estudios para conocer la satisfacción de sus consumidores.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
12. Realiza estudios para conocer si supera las expectativas del consumidor.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
- Innovación
13. Participa a capacitaciones para conocer innovaciones tecnológicas para la producción de tara.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
14. Contratas especialistas para realizar investigaciones e innovaciones en su producto.
1) ()
- 2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
15. Contrata nuevo personal para la generación de nuevas ideas empresariales en la producción de tara.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
- Reputación
16. Participa en ferias locales, regionales, nacionales e internacionales para conocer las innovaciones tecnológicas para la producción de tara.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
17. Realiza selección de profesionales para gestión de su producto.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
18. Sus productos son vendidos con otras marcas.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
- Promociones y descuentos
19. Efectúa promociones y descuentos
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()
20. Realiza algún tipo de estudio de mercado para la distribución de sus productos hacia sus consumidores.
1) ()
2) ()
3) ()
4) ()
5) ()

21. Establece áreas comerciales para las ventas a sus consumidores.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Segmentación

Línea de producto

22. Le da valor adicional a su producto para llegar a sus consumidores.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

23. Mantiene su producción de tara durante todo el año.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

24. Realiza estudios para variar su línea de producto.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Especialización del producto

25. Crea nuevas versiones de su producto para generar mayores ingresos.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

26. Crea nuevas versiones de su producto para buscar más consumidores.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

27. Crea nuevas versiones de su producto para genera menos competidores

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

CADENA PRODUCTIVA: Producción Materia Prima

28. Tiene problemas con el agua para sus cultivos.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

29. Prepara el suelo donde se realizará la siembra y la cosecha de la tara.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

30. Compra fertilizante para la siembra y cultivo de las plantaciones de tara.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Mano de obra

31. Tiene problemas para la cosecha de tara cuando no cuenta con personal de trabajo

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

32. Contrata capacitadores para su especialización y la de su personal.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

33. Contrata especialistas para el análisis de su producto comercial.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Costos indirectos

34. Contrata viveros para el almacenamiento de sus plantas.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()

5) ()

35. Contrata o cuenta maquinarias especializadas para el tratamiento de sus plantas.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

36. Subcontrata empresas para el análisis y preparación de los suelos.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Transformación: Plantas procesadoras

37. Tiene problemas con la enumeración de sus plantas.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

41. Utiliza maquinarias para la transformación

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

42. Etiqueta sus productos con una marca

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Almacenamiento

43. Tiene dificultad con el manejo de la humedad (almacen).

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

44. Tiene dificultad con la enumeración de la tara dentro de su almacén

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

45. Tiene dificultad con el manejo de sus productos

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Transporte terrestre

46. Tiene dificultades con el recojo de sus productos.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

47. Tiene dificultades con el traslado de sus productos.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

48. Tiene pérdida de sus productos en el proceso de transformación

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

Comercialización: Estrategias comerciales

49. Evalúa el mercado al que dirigirá su producto.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

50. Selecciona los mercados meta para su producto.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

51. Determina su posicionamiento en el mercado meta.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()

5) ()

Planeación comercial

52. Elabora una técnica comercial para su producto.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

53. Hace uso de las claves de marketing mix para comercializar su producto.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()

5) ()

54. Hace un análisis post venta de su producto.

- 1) ()
- 2) ()
- 3) ()
- 4) ()
- 5) ()

II. Características de la producción

55. ¿Cuánto cosechó en el año 2017, 2018,2019, 2020 y 2021?

56. ¿Cuántas hectáreas de tara tiene para producción?

57. ¿Cuál es el precio con el que vende la tara?

Anexo 2

Cálculo del Tamaño de la Muestra

Auxiliar de calculo							
N ^a	Productores	N _h	W _h	P _h	Q _h	W _h P _h Q _h	N _h
1	Jalca Grande	123.00	0.244533	0.50	0.50	0.0611332	28
2	Magdalena	300.00	0.596421	0.50	0.50	0.14910537	69
3	San Isidro de Maino	15.00	0.059642	0.50	0.50	0.01491054	4
4	Sonche	30.00	0.059642	0.50	0.50	0.01491054	7
5	Chiliquin	15.00	0.039761	0.50	0.50	0.00994036	4
6	San Francisco de Daguas	20.00	0.039761	0.50	0.50	0.00994036	5
	Total	503.00				0.25000	117

Anexo 3

Estadísticos Descriptivos del Precio de la Tara por distrito, Chachapoyas, 2017-2021.

Estadísticos descriptivos del precio de la tara por distrito, Chachapoyas, 2017-2021							
Distrito			N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
	Año	2017	28	2	0	2	2
		2018	28	3	0	3	3
Jalca Grande		2019	28	0.5	0	0.5	0.5
		2020	28	10	0	10	10
		2021	28	5	0	5	5
Magdalena	Año	2017	69	1.2	0	1.2	1.2
		2018	69	2.5	0	2.5	2.5
		2019	69	2	0	2	2
		2020	69	7	0	7	7
		2021	69	10	0	10	10
San Isidro de Maino	Año	2017	4	2.5	0	2.5	2.5
		2018	4	2.5	0	2.5	2.5
		2019	4	7	0	7	7
		2020	4	5	0	5	5
		2021	4	8	0	8	8
Sonche	Año	2017	7	2.5	0	2.5	2.5
		2018	7	2.5	0	2.5	2.5
		2019	7	7	0	7	7
		2020	7	5	0	5	5
		2021	7	8	0	8	8
Chiliquin	Año	2017	4	2.5	0	2.5	2.5
		2018	4	2.5	0	2.5	2.5
		2019	4	7	0	7	7
		2020	4	5	0	5	5
		2021	4	8	0	8	8
San Francisco de Daguas	Año	2017	5	1.28	0.40	1.1	2
		2018	5	1.56	0.80	1.2	3
		2019	5	1.54	0.58	0.5	1.8
		2020	5	4	0.00	4	4
		2021	5	6.6	0.89	5	7
		Estadísticos descriptivos					
			N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
Total	Año	2017	117	1.56	0.50	1.1	2.5
		2018	117	2.58	0.34	1.2	3
		2019	117	2.26	1.93	0.5	7
		2020	117	7.33	1.72	4	10
		2021	117	8.40	2.12	5	10

Anexo 4

Pruebas chi Cuadrado de Precios de los Distritos de la Provincia de Chachapoyas 2021.

Estadísticos de contraste(a)		
Jalca Grande	N	28
	Chi-cuadrado	112
	gl	4
	Sig. asintót.	0.0000
Magdalena	N	69
	Chi-cuadrado	276
	gl	4
	Sig. asintót.	0.0000
San Isidro de Maino	N	4
	Chi-cuadrado	16
	gl	4
	Sig. asintót.	0.0030
Sonche	N	7
	Chi-cuadrado	28
	gl	4
	Sig. asintót.	0.0000
Chiliquin	N	4
	Chi-cuadrado	16
	gl	4
	Sig. asintót.	0.0030
San Francisco de Daguas	N	5
	Chi-cuadrado	18.08
	gl	4
	Sig. asintót.	0.0012
a	Prueba de Friedman	

Anexo 5

Estadísticos descriptivos de la producción promedio de la tara por distrito, Chachapoyas, 2017-2021

Estadísticos descriptivos de la producción promedio de la tara por distrito, Chachapoyas, 2017-2021							
Distrito			N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
Jalca Grande	Año	2017	28	556.43	813.94	20	3500
		2018	28	683.57	1200.85	70	5000
		2019	28	670.36	1164.17	80	6000
		2020	28	404.64	703.15	0	3000
		2021	28	313.57	221.41	0	800
Magdalena	Año	2017	69	457.97	425.23	80	1800
		2018	69	505.41	483.81	80	2000
		2019	69	494.29	468.83	70	2000
		2020	69	407.17	493.81	0	2400
		2021	69	483.84	524.22	0	3000
San Isidro de Maino	Año	2017	4	245.00	42.03	200	300
		2018	4	337.50	125.00	200	500
		2019	4	337.50	242.81	100	650
		2020	4	75.00	86.60	0	200
		2021	4	437.50	252.90	150	750
Sonche	Año	2017	7	416.43	342.30	25	1120
		2018	7	441.43	279.37	20	900
		2019	7	476.14	363.95	15	1200
		2020	7	481.14	405.17	0	1308
		2021	7	531.43	467.88	20	1500
Chiliquin	Año	2017	4	2470.00	3370.15	450	7500
		2018	4	2350.00	3121.70	350	7000
		2019	4	2668.75	3583.37	400	8000
		2020	4	205.00	270.37	0	600
		2021	4	3037.50	4658.93	150	10000
San Francisco de Daguas	Año	2017	5	994.00	1424.76	70	3500
		2018	5	1078.00	1575.81	90	3850
		2019	5	1160.00	1722.43	100	4200
		2020	5	998.00	1318.53	40	3250
		2021	5	1023.60	1407.63	50	3468
Total	Año		N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
		2017	117	563.46	880.230108	20	7500
		2018	117	626.01	969.859948	20	7000
		2019	117	632.77	1028.70022	15	8000
		2020	117	417.97	590.785034	0	3250
2021	117	554.73	1026.99954	0	10000		

Anexo 6

Pruebas chi Cuadrado de la Producción de Tara de los Distritos de la Provincia de Chachapoyas 2021.

Estadísticos de contraste(a)		
Jalca Grande	N	28
	Chi-cuadrado	27.9481481
	gl	4
	Sig. asintót.	0.000
Magdalena	N	69
	Chi-cuadrado	29.3491828
	gl	4
	Sig. asintót.	0.000
San Isidro de Maino	N	4
	Chi-cuadrado	10.3797468
	gl	4
	Sig. asintót.	0.034
Sonche	N	7
	Chi-cuadrado	3.61403509
	gl	4
	Sig. asintót.	0.461
Chiliquin	N	4
	Chi-cuadrado	8.75949367
	gl	4
	Sig. asintót.	0.067
San Francisco de Daguas	N	5
	Chi-cuadrado	1.72043011
	gl	4
	Sig. asintót.	0.787
a	Prueba de Friedman	
	Estadísticos de contraste(a)	
Total	N	117
	Chi-cuadrado	65.7147934
	gl	4
	Sig. asintót.	0.000
a	Prueba de Friedman	

Anexo 7

<i>Pruebas de chi-cuadrado</i>					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	117	1	0.000		
Corrección por continuidad(a)	28.7478634	1	0.000		
Razón de verosimilitudes	11.5157764	1	0.001		
Estadístico exacto de Fisher				0.009	0.009
Asociación lineal por lineal	116	1	0.000		
N de casos válidos	117				
a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.					
b. 3 casillas (75.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .01.					

Fuente: Encuesta a productores.

Anexo 8

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	117.000(b)	1	0.000		
Corrección por continuidad(a)	28.748	1	0.000		
Razón de verosimilitudes	11.516	1	0.001		
Estadístico exacto de Fisher				0.009	0.009
Asociación lineal por lineal	116.000	1	0.000		
Prueba de McNemar				1.000(c)	
N de casos válidos	117				

a) Calculado sólo para una tabla de 2x2

b) Casillas (75.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima.

c) Utilizada la distribución binomial

Anexo 9

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint.(a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	1.000			0.000
	V de Cramer	1.000			0.000
	Coefficiente de contingencia	0.707			0.000
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	1.000	0.000	1.013	0.311
	Tau-c de Kendall	0.034	0.033	1.013	0.311
	Gamma	1.000	0.000	1.013	0.311
	Correlación de Spearman	1.000	.000(c)		
Intervalo por intervalo	R de Pearson	1.000	0.000	1,370,154,557.678	.000(c)
Medida de acuerdo	Kappa	1.000	0.000	10.817	0.000
N de casos válidos		117			

- a) Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b) Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.
- c) Basada en la aproximación normal.