



Universidad Nacional

SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACENI



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El Que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

ESTRATEGIA DE ASOCIATIVIDAD EN PEQUEÑOS PRODUCTORES PARA LA EXPORTACIÓN DE PALTA EN EL DISTRITO DE SANTA CRUZ - PALPA 2022

Presentado por:

QUIJANDRIA HERNANDEZ ALEXANDRA BRIGGIT Del nivel **PREGRADO** de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. El resultado obtenido es **18%** por el cual se otorga el calificativo de:


APROBADO

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ica, 14 de febrero del 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



Dr. JORGE LUIS HERNÁNDEZ NAPA
DIRECTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA” DE ICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



**“ESTRATEGIA DE ASOCIATIVIDAD EN PEQUEÑOS PRODUCTORES PARA
LA EXPORTACIÓN DE PALTA EN EL DISTRITO DE SANTA CRUZ - PALPA
2022”**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
**SOCIEDAD, DESARROLLO SOSTENIBLE, POLÍTICAS PÚBLICAS Y
AMBIENTALES**

TESIS
**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

AUTORA:
BACH. ALEXANDRA BRIGGIT QUIJANDRÍA HERNANDEZ

ASESOR:
DRA. LUDELFINA CHUNGA HIDALGO

ICA – PERÚ
2022

DEDICATORIA

"Dedico esta tesis a Julia Hernández Puma, quien es la persona más increíble que conozco, mi querida madre. A los 17 años, enfrentaste el desafío de la maternidad con valentía y amor incondicional. Tu sacrificio y dedicación han sido la base sobre la cual he construido mi vida y mis sueños; y mi padre Jesús Quijandría Nuñez, una fuente inagotable de inspiración y motivación a lo largo de mi vida. Fue tu visión, pasión y confianza en mí lo que me impulsó a embarcarme en el emocionante viaje de estudiar Negocios Internacionales.

Gracias a ellos por ser mis pilares más importantes y demostrarme su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones, siempre estuvieron para mí.

A mis hermanos: Celeste, Jimena, Emmanuel, Ian y André.

Y finalmente dedico esta tesis a mí misma, como un recordatorio tangible de mi arduo trabajo, perseverancia y dedicación a lo largo de este desafiante viaje académico. Durante muchas noches de estudio, momentos de autoexigencia y sacrificio personal, he dado lo mejor de mí para llegar hasta aquí.

Este logro no solo representa mi capacidad intelectual, sino también mi fortaleza emocional y mi compromiso con mis metas, porque sé que cada momento que he vivido estos años son realmente únicos; cada oportunidad de corregir un error es la oportunidad de que cada mañana puedo empezar de nuevo

AGRADECIMIENTOS

A, Doris Nuñez y Carmen Puma, mis abuelas; quiero agradecerles por ser fuentes inagotables de amor, superación, humildad y sacrificio durante el transcurso de mis estudios superiores.

A mi alma mater, la Universidad Nacional “San Luis Gonzada” de Ica, por su calidad educativa y por sus excelentes docentes.

Agradezco profundamente a mi Asesor de tesis, Ricardo Armas por su tiempo y esfuerzo para guiarme en el desarrollo de mi tesis. Su apoyo y conocimiento han sido importantes para mí.

Finalmente, quiero reconocer y agradecer la guía y apoyo recibido de mi tío Juan Carlos Quijandría Lavarello, que estuvo presente en todo el proceso de mi tesis.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
INDICE.....	4
INDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
I. MARCO TEÓRICO.....	11
1.1. Antecedentes de la investigación.....	11
1.1.1. Antecedentes Internacionales.....	11
1.1.2. Antecedentes Nacionales.....	15
1.2. Bases teóricas.....	20
1.2.1. Asociatividad de pequeños productores.....	20
1.2.2. Agro exportación de pequeños productores.....	25
1.2.3. Indicadores de la asociatividad en pequeños productores.....	27
1.3. Marco conceptual.....	28
1.3.1. Estrategias de asociatividad.....	28
1.3.2. Pequeños productores.....	29
1.3.3. Exportación.....	30
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	31
2.1. Descripción de la realidad problemática.....	31
2.2. Formulación del problema.....	32
2.2.1. Problema General.....	32
2.2.2. Problemas Específicos.....	32
2.2.3. Delimitación del Problema.....	33
2.3. Justificación e importancia de la investigación.....	33
2.3.1. Justificación.....	33
2.3.2. Importancia.....	33

2.4. Objetivos.....	34
2.4.1. Objetivo General.....	34
2.4.2. Objetivos Específicos.....	34
2.5. Hipótesis de la investigación.....	34
2.5.1. Hipótesis General.....	34
2.5.2. Hipótesis Especificas.....	34
2.6. Variables de la investigación.....	35
2.6.1. Identificación de las variables.....	35
2.6.2. Operacionalización de las variables.....	35
III. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	36
3.1. Tipo y diseño de Investigación.....	36
3.1.1. Tipo de Investigación.....	36
3.1.2. Diseño de Investigación.....	36
3.2. Población y muestra.....	36
3.2.1. Población de estudio.....	36
3.2.2. Muestra de estudio.....	37
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	37
3.3.1 Técnicas de recolección de datos.....	37
3.3.2. Instrumentos de recolección de la información.....	37
IV. RESULTADOS Y DISCUSION.....	38
4.1. Presentación e interpretación de resultados.....	38
4.2. Discusión de los resultados.....	53
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
ANEXOS.....	60
Anexo N° 01: Matriz de Consistencia.....	60
Anexo N° 02: Encuesta.....	61

INDICE DE FIGURAS

Gráfico N° 1: Número de unidades agropecuarias por tamaño.....	21
Gráfico N° 2: Uso de la tierra agropecuaria.....	22
Gráfico N° 3: Asociatividad del productor por región.....	23
Gráfico N°4: Exportaciones peruanas.....	25
Gráfico N° 5: Cargo que desempeñan.....	39
Gráfico N° 6: Años de dedicación a la exportación.....	39
Gráfico N° 7: Conocimiento sobre las estrategias de asociatividad.....	40
Gráfico N° 8: Nivel de estrategia de asociatividad.....	41
Gráfico N° 9: Impacto de las estrategias en los pequeños agricultores.....	42
Gráfico N° 10: Influencia de la asociatividad en los pequeños agricultores.....	43
Gráfico N° 11: Relación entre la asociatividad y los pequeños agricultores.....	44
Gráfico N° 12: Relación de la asociatividad y los pequeños agricultores.....	45
Gráfico N° 13: Eficiencia de la asociatividad en los pequeños agricultores.....	46
Gráfico N° 14: Eficiente la asociatividad en los pequeños productores.....	47
Gráfico N° 15: Considera oportuno la estrategia de asociatividad.....	48
Gráfico N° 16: Considera que la estrategia de asociatividad impulsa el crecimiento de Los pequeños agricultores.....	49
Gráfico N° 17: Considera que las estrategias de asociatividad impulsan a los pequeños Productores.....	50
Gráfico N° 18: Considera que las estrategias de asociatividad impulsan a los pequeños Productores.....	51
Gráfico N° 19: Indicadores más relevante para analizar el impacto de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores.....	52

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo evaluar el aporte de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa para el año 2022. Asimismo, presenta como objetivo específico identificar la relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa. En esa misma línea, se presenta como hipótesis general que las estrategias de asociatividad impactan positivamente en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa.

Por consiguiente, se considera oportuno que para el desarrollo de la presente investigación se detalle el efecto del uso de las estrategias de asociatividad, ya que de esta manera será más provechosa y efectiva la evaluación de sus efectos sobre los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa. En ese sentido, fue pertinente reconocer los indicadores necesarios para la evaluación de las respectivas variables, tanto independiente, como dependiente y así, detallar el comportamiento de las mismas en sus respectivas dimensiones de estudios. Para el caso de la variable independiente, estrategias de asociatividad, en la dimensión agroexportación se emplearon indicadores como la eficiencia y la eficacia. Mientras que para la variable dependiente, producción, la dimensión de los pequeños agricultores, permite el uso de indicadores como la productividad, la competitividad y el rendimiento. En suma, esta investigación tiene un enfoque cuantitativo que emplea encuesta-cuestionario como herramienta descriptiva para elaborar interpretaciones posteriormente.

Palabras clave: estrategias de asociatividad, pequeños productores, Distrito de Santa Cruz, Palpa.

ABSTRACT

The objective of this research work is to evaluate the contribution of associativity strategies in small producers for the export of avocado in the District of Santa Cruz - Palpa for the year 2022. Likewise, it presents as a specific objective to identify the relationship between the strategies of associativity and small producers for the export of avocado in the District of Santa Cruz - Palpa. Along the same lines, it is presented as a general hypothesis that associative strategies have a positive impact on small producers for avocado export in the District of Santa Cruz - Palpa.

Therefore, it is considered opportune that for the development of the present investigation the effect of the use of associative strategies is detailed, since in this way the evaluation of its effects on small producers for the export of avocado will be more profitable and effective. in the District of Santa Cruz - Palpa. In this sense, it was pertinent to recognize the necessary indicators for the evaluation of the respective variables, both independent and dependent, and thus detail their behavior in their respective study dimensions. In the case of the independent variable, associativity strategies, indicators such as efficiency and effectiveness were used in the agro-export dimension. While for the dependent variable, production, the dimension of small farmers allows the use of indicators such as productivity, competitiveness and performance. In short, this research has a quantitative approach that uses a survey-questionnaire as a descriptive tool to elaborate interpretations later.

Keywords: associativity strategies, small producers, District of Santa Cruz, Palpa.

INTRODUCCIÓN

En la investigación se propuso evaluar el aporte de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa. En ese sentido, cabe mencionar que la agricultura es considerada una actividad esencial para el desarrollo económico y social del Perú, ya que genera un 27.2% del total de empleos (Banco Mundial, 2020), asimismo, contribuye con el 3.3% del PBI nacional (INEI, 2020) y genera el 15% de las exportaciones (BCRP, 2020). Además, el sector agrícola es fundamental para la reducción de la pobreza, especialmente la rural (Norton, 2004).

Por otro lado, cabe señalar que la agroexportación ha presentado un crecimiento importante en los últimos 20 años, con un despegue a partir de 1998 que ha permitido que la generación de divisas del sector se multiplique por 10 al 2018, pasando de 627.6 millones de dólares en 1998 a 6291.9 millones en el 2018 (FAO, 2020). Ciertamente, se ha convertido en un subsector exitoso que ha logrado dinamizar la actividad económica, genera miles de empleos y trae importantes divisas al país (CIEN-ADEX, 2020).

Por ello, este éxito ha estado dirigido por sustanciales inversiones privadas duras (infraestructura de riego, procesamiento y almacenamiento) y blandas (coordinación de mercados, integración de cadenas productivas, ambas para cumplir con normas de calidad, e implementación de estándares de compradores). Asimismo, este despegue se fundamenta en intervenciones públicas significativas: mercados laborales, mercados de tierras, impuestos, comercio y desarrollo institucional para el cumplimiento de los requerimientos sanitarios y fitosanitarios para lograr acceder a nuevos mercados.

También se realizaron importantes inversiones en infraestructura de riego. El resultado es un sector agroexportador caracterizado por productos agrícolas de alto valor, que requieren de productores de alta capacidad financiera, técnica y de gestión de negocios. Lamentablemente, este boom exportador no ha logrado llegar a todos los productores agrícolas, sino que se ha concentrado en aquellos que cuentan con un mayor capital para

invertir y gestionar recursos en productos que requieren alta tecnología y capital de trabajo de alto valor.

En los últimos años, la agroexportación ha tenido un importante crecimiento y ha traído consigo grandes beneficios al país. Sin embargo, no todos los productores han podido sumarse a este auge; ha quedado afuera, principalmente, la pequeña agricultura familiar.

El limitado acceso a insumos, tecnología y crédito, así como el alto costo que significa llegar al mercado externo, no han permitido que los pequeños agricultores familiares aprovechen las ventajas que ofrece el mercado exterior. Por otra parte, la gran biodiversidad del Perú brinda una gran oportunidad para integrar a la pequeña agricultura familiar a los beneficios que trae el acceso a un mercado de gran escala y alto valor. En ese sentido, es de suma importancia la creación de Plataformas de Servicios para la Competitividad e Integración al Mercado Exterior de la Pequeña Agricultura Familiar, las cuáles permitirán que los productores puedan acceder a los insumos y servicios agronómicos que requieren (De la Torre Ugarte & Heros, 2021). Asimismo, que se brinde un acompañamiento en la gestión productiva y empresarial, que se construyan capacidades en las localidades para una producción eficiente y sostenible, y que se forje el lazo entre los productores y las entidades financieras o con los inversores.

La estructura del mercado agrícola peruano presenta un desempeño poco óptimo, pues miles de productores no logran alcanzar el rendimiento potencial que podrían obtener en sus cultivos y ven limitadas sus posibilidades de desarrollo (De la Torre Ugarte & Heros, 2021). Esto se debe a que no cuentan con acceso a los insumos que requieren y no logran aplicar el paquete tecnológico correspondiente. Además, no cuentan con la preparación o asistencia técnica productiva necesaria ni con el capital requerido para invertir, o la infraestructura apropiada. La gran consecuencia de esta situación es que los productores presentan un bajo nivel de ingresos y pierden oportunidades para obtener un mayor beneficio de su actividad agrícola y mejorar su calidad de vida (De la Torre Ugarte & Heros, 2021).

I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes Internacionales

Correa Torres, G. R., & Torres Merchan, M. J. (2013). En este largo proceso de enseñanzas y aprendizaje, donde parte de nuestra vidas la hemos dedicado para tener una formación íntegra e intelectual, que nos permitirá poder formar parte de una sociedad, como entes productivos y aportar de cierta forma para un crecimiento en mejoras para el pueblo; la Universidad de Guayaquil, en la facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación, mención Comercio Exterior, se forman a los futuros emprendedores, visionarios, que por medio de cátedras, y una óptica diferente como es palpar la realidad actual en la cual se desarrolla el movimiento comercial interno y externo del país, nos guía para lograr enfrentar de mejor forma, las problemáticas existente en un mundo actualmente competitivo. El objetivo central de nuestro Proyecto de tesis, es ayudar a los pequeños agricultores de la zona de Daule provincia del Guayas, en diseñar, informar y difundir en una forma más sencilla y rápida sobre el proceso a cumplir, previo a la obtención del certificado fitosanitario para la exportación, requerida para la comercialización del mango Kent, el entendimiento de los estándares internacionales exigidos para el ingreso a los Estados Unidos de Norteamérica; nosotros como estudiantes de Comercio Exterior, trataremos de establecer, vínculos de trabajo entre los productores y los funcionarios de Agrocalidad que permitan fortalecer los procesos de aprendizaje, las causas y consecuencias del propósito investigado.

Este diseño de la investigación corresponde a un proyecto factible (viable) y a se apoya en la investigación bibliográfica y campo. Mediante los resultados obtenidos en la encuesta efectuada a los pequeños agricultores y la entrevista dirigida al ing. David Salas director del área del mango, se obtienen conclusiones y recomendaciones importantes. De allí surge la propuesta: Diseño de un Manual de los Procesos de Certificación requeridos para La Exportación del Mango Kent a Los Estados Unidos de Norteamérica.

Con ello se espera fortalecer el desempeño y el perfil profesional de los productores.

Ochoa García, L. (2001). En los años noventa, Colombia transitó por cambios macroeconómicos, políticos y sociales importantes. Al mismo tiempo, la proporción y el número absoluto de la población en condiciones de pobreza aumentó, al igual que la desigualdad social. El proyecto que aquí discutimos intenta mejorar esta situación respondiendo a la demanda de pasta de chile picante de una compañía exportadora que tenía contratos a futuro en la Comunidad Europea y en Estados Unidos, a través de ligar a los productores en pequeña escala a estos mercados. Responde también a la necesidad de los pequeños productores para generar mayores ingresos, empleo, alternativas para los jóvenes en las comunidades y como una forma de reducir la marginación económica rural. Los actores de este proyecto trabajan en proyectos de desarrollo rural y organización comunitaria y pertenecen tanto al sector público como al privado. Todos los actores involucrados trabajan en alianza, complementando unos a otros.

Baque, M; Martínez, N. (2020). La presente investigación fue realizada a los pequeños productores bananeros del sector Manuel J. Calle del Cantón La Troncal quienes se dedican a la producción y comercialización de banano, actividad que la realizan individualmente, su producción es distribuida directamente a intermediarios de la zona los mismos que cuentan con transporte terrestre de su propiedad para el traslado de la producción y que a la vez es revendida a empresas exportadoras. El objetivo de este proyecto es analizar la asociatividad de pequeños agricultores de banano, con perspectivas a la exportación. La metodología aplicada, determina la situación actual que presentan los pequeños agricultores y cómo lograr expandir su producción a mercados internacionales, con el apoyo de los métodos histórico, bibliográficos e inductivo, así mismo la utilización de técnicas como la entrevista realizada a los directores de las instituciones de regulación control y apoyo, como lo

son PRO ECUADOR y AGROCALIDAD, y las encuestas a los administradores de las bananeras del sitio Manuel J. Calle dando como resultado que las bananeras mantienen bajos niveles de rentabilidad porque su producción es vendida a intermediarios y es por ello que se generan pérdidas referente al reconcomiendo del productor bananero, sus bajos niveles de ingresos, sus precios desestimados y la poca participación en el mercado internacional. De acuerdo a la problemática se plantea como propuesta crear un consorcio de exportación para mejorar la comercialización del producto logrando la expansión del mismo a mercados internacionales con la ayuda de PRO ECUADOR mejorando la calidad de vida los agricultores como la del Cantón.

Lesmes, Z. (2020). La panela ha sido catalogada como uno de los productos artesanales más importantes en Colombia, existiendo desde 1538 y extendiéndose en lo ancho y largo del país, donde los hogares de los campesinos contaban con pequeños trapiches que facilitaban el procesamiento de la caña de azúcar y permitiendo adquirir el guarapo e iniciando el proceso de producción de la panela.

Con el transcurso de los años, Colombia ha sido exportador de panela en diferentes países, los cuales muestran evidencia de producción anual aproximada de 2.116.403 toneladas, con un aproximado 220.783 hectáreas sembradas a nivel nacional, mostrando así, que los países a los cuales se exporta este producto son España, Estados Unidos, Francia, Italia, entre otros; teniendo Colombia el segundo lugar de producción de panela después del café. El plan piloto que se expone en la presente investigación explora el planteamiento de alternativas comerciales, logísticas, productoras y consumidoras de panela, con el fin de sacar provecho de los diferentes acuerdos comerciales existentes entre Colombia y Japón. Existe la probabilidad de que, si se pudiera lograr el acuerdo comercial con Japón para la exportación de panela, se vería la nación beneficiada puesto que ocasiona una amplia generación de empleos en este sector, favorecerá

el sector campesino y ayudaría al crecimiento de la economía del país a largo plazo.

O'Brien, Tim; Díaz, A. (2004). En la actualidad Perú es el primer país exportador de espárragos del mundo, habiendo logrado desplazar a importantes países productores como China y Estados Unidos, y ser reconocido mundialmente por la calidad de su producto.

Jurado, M; Morales, A. (2012). Las exportaciones ecuatorianas de productos semielaborados y terminados no han sido altas durante años, debido a que los productores no invierten en tecnología, no son los suficientemente capacitados y toman el camino fácil, lo que significa que nos dedicamos a exportar solo materia prima sin darle ningún valor agregado a nuestros productos, y por este motivo no son valorados en los mercados internacionales. Se deben investigar mercados potenciales los cuales aprecian los productos ecuatorianos, para de esta manera introducirlos en el mercado y poder aumentar las exportaciones, ya que esta es la única forma en la que la economía del Ecuador mejore para que la pobreza disminuya y exista menor desempleo. El cacao es el tercer grupo agropecuario de exportación, por años ha ayudado a mantener la economía del Ecuador y emplea a más del 10% de agricultores. Por este motivo se debe incentivar la exportación no solo del grano sino darle un valor agregado y empezar a exportar elaborados del cacao, lo que traerá mayores beneficios al país. Se debe aprovechar los acuerdos comerciales que el Ecuador mantiene con los países latinoamericanos, darnos a conocer en nuestra región y luego poder expandirnos a otros mercados internacionales.

Maticurena, T; Galarza, J. (2016). Para el desarrollo de este proyecto se realizó una investigación de campo, dirigida a los agricultores para conocer su preparación y conocimiento en el cultivo del arroz.

Los agricultores necesitan mayor capacitación para poder satisfacer la demanda existente en el mercado local, nacional e internacional en

base a esta necesidad hemos propuesto realizar un manual didáctico que ayude a fortalecer ¿el por qué siembro? ¿para qué siembro? Y ¿cómo siembro? En la actualidad existen empresas privadas dedicadas a la importación de insumos agrícolas, y las mismas que les facilita a los agricultores cursos, seminarios de capacitación sobre la importancia del cultivo de su producto. Para el cultivo del arroz se necesitan tres factores: el agricultor, la tierra y la producción. Si el terreno es fértil y preparado la producción será excelente y esto será el resultado de los conocimientos que el agricultor ponga en práctica. Es por eso que es importante que los agricultores estén en continua formación para fortalecer y adquirir nuevos conocimientos sobre el mantenimiento del cultivo del arroz, que le permita conocer nuevas estrategias de comercialización como la implementación de un centro de acopio que garantice la calidad del producto a exportarse y las nuevas formas de financiamiento.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

VásquezMelendez, J. (2019). El presente plan de negocio tiene por objetivo evaluar la viabilidad económica y financiera, para la producción y exportación de palta Hass fresca (Persea americana 'Hass') al mercado chino. Se determinó la demanda, además del consumo, precio FOB, presentación de la palta Hass en el mercado de China, las habilidades y recursos necesarios de la empresa exportadora. Para entender el comportamiento del mercado y la demanda potencial, se recurrió principalmente a información procedente de reportes (ProHass, Minagri, Sierra y Selva Exportadora, etc.) y bases de datos (INIA, CENAGRO, SUNAT, etc.) del año 2018. Se realizó el estudio de demanda según el modelo de mercado, se analizó la competencia siguiendo el modelo de las cinco fuerzas de Porter. El modelo de asociación que se tendrá con el conjunto de pequeños agricultores estará basado en brindar asesoría técnica (focalizada prioritariamente en el manejo técnico del cultivo, con énfasis en el manejo fitosanitario).

Para que el modelo funcione de forma óptima, la empresa prestaría atención a la supervisión de los cultivos en momentos clave (para asegurar la calidad y oportunidad de la cosecha) a través del Asesor Técnico, el Jefe de Acopio y el Gerente de Producción, y se contaría con un Asesor en Gestión Social que apoye en mantener una buena relación entre empresa y agricultores y en fomentar el buen funcionamiento de la Asociación. El proceso de poscosecha hasta el almacenamiento se realizará por medio de la empresa agroindustrial TALSA que brindará el servicio de tercerización. Luego del análisis de la información y la definición estratégica se desarrolló el plan de negocios, según el cual el producto a comercializar es en cajas de cartón corrugado de 4 kg, sin marca, cuyo precio se fijará en función al precio de mercado cuando llegue a destino (estimándose un valor FOB de \$8.8), la plaza donde se comercializará es China. El plan de negocios también contempló el detalle de las operaciones (supervisión de cultivos, cosecha, logística interna, procesamiento y logística de exportación) y del desarrollo de capacidades (tanto a nivel de equipo de trabajo de la empresa como del apoyo para los pequeños agricultores). Después se realizó la evaluación económica y financiera del plan de negocio, identificando con claridad la inversión requerida, las fuentes de financiamiento, los pronósticos de ingresos, costos y gastos, los parámetros de evaluación, los resultados de los flujos de caja e indicadores de rentabilidad. En conclusión, se determinó que el plan de negocio para la exportación de palta Hass fresca a China, producida por un conjunto de pequeños agricultores asociados a la junta de regantes del valle de Casma, es viable económica y financieramente, ya que el Valor Actual Neto Económico (VANE) es de US\$ 364,882.74 y la Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) es de 35.7%. Mientras el Valor Actual Financiero es de US\$ 383,884.42 y Tasa de Interna de Retorno Financiero es de 37%, siendo evaluados con un porcentaje mínimo de 26% para considerar ganancias.

Durand, M. (2018). La presente investigación titulada Exportación y La participación de las principales regiones productoras, caso del Algodón en el Perú 2008-2017, tuvo como objetivo principal determinar cómo fue la exportación del algodón y la participación de las principales regiones productoras del Perú durante el periodo 2008-2017, evaluando las variables para disponer alguna solución a la problemática presente. El tipo de investigación es aplicada, siendo de nivel descriptivo, el diseño de la investigación fue no experimental de corte longitudinal y de enfoque cuantitativo. La muestra que se tomó fue censal y su población fueron 38 las empresas productoras y exportadoras de algodón en el Perú. La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos. Se llegó a la conclusión que la exportación del algodón fue decreciente para Perú, como también la producción regional decreciente durante el periodo 2008-2017. Estos resultados fueron analizados y recolectados por medios de cuadros y/o gráficos mediante Excel.

De la Cruz, R; Pure, S. (2021). La presente investigación se realizó para analizar una problemática latente en las exportaciones de café y dar a conocer las ventajas de las capacitaciones en la certificación orgánica, el objetivo es lograr que muchos agricultores puedan capacitarse en conocer, aprender y obtener la certificación para lograr darle un valor agregado a su producto; ya que muchas de las regiones conocen muy poco sobre obtener dicha certificación; el análisis fue entre los años del 2008 al 2018, se consultó fuentes de ProQuest, Ebsco y Google Académico, que fueron de gran ayuda para obtener información y poder desarrollar la investigación de los últimos 10 años, se realizó la búsqueda en el idioma español. Se tuvo algunas limitaciones en la búsqueda, ya que algunas palabras no tenían resultados concretos. Para finalizar se expone esta investigación para poder ayudar a que muchos de los agricultores puedan ver las ventajas de poder exportar su producto obteniendo la certificación orgánica, garantizando así un producto de buena calidad; esto ayudará a que el precio del café se eleve logrando la ganancia que permitirá a los

agricultores poder tener mejor cuidado en el sembrado y cosecha del producto; para que las asociaciones y cooperativas no abaraten los costos.

Sucasaca, M. (2020). A lo largo de los últimos años la quinua ha sido uno de los productos de mayor dinamismo en el comercio mundial. Siendo Perú el principal productor de este cultivo andino, adoptó una serie de acciones de promoción para su cultivo y consumo, lo cual dio como resultado un incremento importante de la producción convirtiéndose así en el primer productor y exportador mundial de quinua con 80,657 TM producidas y 46,500 Toneladas enviadas al extranjero en el 2018; siendo la región de Puno el principal productor con 38,858 TM en el mismo año. Por lo tanto, se tuvo como objetivo principal establecer los principales factores determinantes de las exportaciones de quinua. Para ello se utiliza información estadística de diferentes instituciones tales como: BCRP, FAO, MINAGRI, FED, TRADEMAP, SUNAT y otras instituciones. Posteriormente se estimó mediante la ecuación de largo plazo, utilizando las metodologías: cointegración de Johansen y Modelos de Corrección de Errores, previo análisis de contraste de raíz unitaria las pruebas formales de Dickey - Fuller Aumentada (ADF), Phillips-perrón (PP) y Kwiatkowski, Phillips, Schmidt y Shin (KPSS), los cuales muestran la existencia de Cointegración en las series formándose así los Modelos de corrección de Errores. Las variables son mensuales de enero del 2005 a diciembre del 2018 y están en logaritmos, se concluyó que los principales determinantes de las exportaciones de quinua en el Perú (LXQ) son el precio de exportación (LPX) y la renta interna de los Estados Unidos (LYD), siendo las demás variables no significativas, con elasticidades de exportación de quinua frente al precio de - 0.08 % y elasticidad de exportación de quinua frente al ingreso de 0.17%. Así también que los principales mercados de exportación de quinua del Perú en el año 2018 en orden de importancia son: Estados Unidos con el 35 %, Canadá con 9 %, Países bajos con 6 % y los demás países con 16 %.

Ramirez, R. (2020). La presente investigación tiene como objetivo determinar cuáles son los factores claves y cómo influyen estos en la exportación de cacao orgánico en la Provincia de Marañón - Huánuco. Para tal efecto se propusieron en la hipótesis de trabajo, los siguientes factores claves: producción, asociatividad, financiamiento, tecnología, logística, marketing y precios internacionales. Se desarrolló un diseño descriptivo abordando inicialmente cada uno de los factores antes mencionados, obteniendo que la logística tiene un alto impacto debido a la deficiente infraestructura vial de la zona, la asociatividad se constituye como una estrategia primordial para alcanzar la oferta exportable deseada, el financiamiento se transforma en un aliado para las cooperativas y/o asociaciones permitiendo hacer frente a los costos de exportación y, finalmente, las estrategias de marketing mediante la participación en ferias internacionales que permiten promocionar la marca y generar nuevos clientes. En conclusión; la logística, la asociatividad, el financiamiento, las estrategias de marketing y la producción influyen directamente en la exportación de cacao orgánico, mientras que la tecnología y la volatilidad de los precios internacionales no tienen un impacto muy significativo en el proceso de exportación.

Alvarez, L. (2018). La presente investigación tiene como principal objetivo diseñar estrategias comerciales para lograr la exportación directa de café al mercado de Estados Unidos de la Asociación de Productores Cafetaleros Alto Pirias, Chirinos – Cajamarca en el año 2017 – 2022. Se enfoca dentro de una estructura de tipo descriptivo y exploratorio con un diseño experimental. La muestra es no probabilística, porque la recolección se realizó mediante entrevistas, cuestionario y análisis documental a representantes de la asociación, expertos en comercio exterior e información actual del comercio del café.

Los resultados de la presente investigación se obtuvieron en base a los objetivos planteados: con respecto, al primer objetivo, el diagnóstico de la situación actual de la comercialización de café en la asociación determinó que presenta una producción en cantidad y calidad satisfactoria de café y también un desempeño organizacional lo que la convierte en una organización competitiva y muestra una situación favorable para la aplicación de “estrategias comerciales”

Para el segundo objetivo, identificar los factores influyentes en la exportación directa, mediante el uso del CRIBAS se destacaron que los dos factores influyentes en la exportación directa son el acceso a mercados y el grado de apertura, ayuda que determinó como mercado potencial a Estados Unidos. En el tercer objetivo, analizar las estrategias comerciales idóneas para lograr la exportación directa al realizar el análisis de las estrategias propuestas por los autores se determinó que la más apropiada son las estrategias de comercialización de: Soriano, Baená y Kotler donde recomiendan utilizar las 4P’s y la diferenciación, esto debido a que se ajustan a la realidad actual de la Asociación de Productores Cafetaleros Alto Pirias, a su posibilidades de inversión y el tipo de producto a comercializar (producto intermedio).

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Asociatividad de pequeños productores

Según Aguirre (2012), la asociatividad de los pequeños productores agrícolas es comprendida como un sistema organizativo que brinda posibilidades de mejora para los pequeños productores agrícolas. Asimismo, resalta que esta asociación no es sencilla, puesto que es un complejo proceso que implica, principalmente, la conjunción de objetivos, combinación de los intereses colectivos y particulares, búsqueda de compromisos, empatías y liderazgos, todo ello con la finalidad de formar una organización de productores (Aguirre, 2012). En esa misma línea, Elgue (2007), sostiene que la formación de una asociatividad productiva permite dejar el aislamiento y el

individualismo, por lo que posibilita potenciar recursos humanos, económicos y técnicos gracias a la integración grupal de productores. En adición, menciona que la asociatividad agraria impulsa el desarrollo de la agricultura peruana, haciendo que la agricultura pequeña sea más competitiva, con desarrollo sostenible que facilite la inserción de la asociatividad en los mercados nacionales e internacionales.

Respecto a ello, resulta relevante revisar el IV Censo Agropecuario 2012 realizado Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Ver gráfico 1.

Gráfico N° 1: Número de unidades agropecuarias por tamaño.

De 0.1 a 5 Ha	De 5.1 a 10 Ha	De 10.1 a 20 Ha	De 20.1 a 50 Ha	De 50.1 a 100 Ha	De 100.1 Ha a más	Total
1 810 962	195 652	99 872	65 249	20 754	21 017	2 213 506
81.81%	8.84%	4.51%	2.95%	0.94%	0.95%	100%

Solo Unidades Agropecuarias con tierras.

Fuente: Instituto de Estadística e Informática - IV Censo Nacional Agropecuario 2012.

La presente tabla nos muestra que, según el último censo agropecuario, existieron 2' 213,506 unidades agropecuarias, de las cuáles 1'810,962 (81.81%) poseen tierras entre 0.1 a 5 hectáreas y 195,652 (8.84%) de 5.1. a 10 hectáreas. Observamos que hay un número más extenso de unidades agropecuarias de menor tamaño.

Asimismo, es posible observar el uso de las tierras agropecuarias en el gráfico 2.

En este gráfico podemos apreciar la distribución de tierras según su uso, observando así que no existe una presencia considerable en tierras con cultivos asociados (229,99). Caso contrario ocurre con la

superficie agrícola (7 125,00), tierras de labranza (4 882,32) y las tierras con cultivos permanentes (2 012,69).

Gráfico N° 2: Uso de la tierra agropecuaria.

Uso de la tierra	Superficie (Miles de ha)	%
1. Superficie agrícola	7 125,00	18,4
1.1 Tierras de labranza	4 882,32	
1.2 Tierras con cultivo permanentes	2 012,69	
1.3 Tierras con cultivos asociados	229,99	
2. Superficie no agrícola	31 617,45	81,6
2.1 Pastos naturales	18 018,79	
2.2 Montes y bosques ²³⁰	10 939,27	
2.3 Toda clase de tierras	2 659,39	
Total	38 742,45	100,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). IV Censo Nacional Agropecuario (CENAGRO),2012.

Elaboración: Equipo técnico EsDA-MINAM

Asimismo, en el gráfico 3 es posible apreciar que en las regiones Sierra y Selva, con 114, 683 y 63,359 respectivamente, existe menor participación de los productores en alguna asociación, comité o cooperativa.

Gráfico N° 3: Asociatividad del productor por región.

¿Pertenece a alguna asociación, comité o cooperativa de productores?	Región natural			
	Costa	Sierra	Selva	Total
Sí	78,607	42,280	17,351	138,238
No	40,984	114,683	63,359	219,026
Total	119,591	156,963	80,710	357,264

Fuente: IV CENAGRO 2012.

Elaboración: De la Torre & Heros (2021)

Por otro lado, cabe mencionar que existen diversas formas estratégicas de asociatividad relacionadas al sector agrícola, tales como la cooperativa, cadenas productivas, comunidades campesinas y nativas, entidad asociativa agraria-EAA, sociedad agrícola de interés social-SAIS.

Asimismo, resulta pertinente describir las diversas formas de asociatividad para el sector agrícola señaladas por Ferrando (2015):

Cooperativa: consiste en una persona jurídica con derecho privado y régimen legal propio. Las tierras de los productores pasarían a pertenecer a la Cooperativa y los excedentes de las ventas que realice la cooperativa serían repartidos entre los asociados. Asimismo, las cooperativas se rigen por el Decreto Supremo N° 070-90-TR: Ley general de cooperativas. A partir del año 2012, La ley N° 29972:” que promueve la inclusión de los productores agrarios a través de las cooperativas” tiene el objetivo de regular el marco normativo para que sea provechosa la inclusión de los productores agrarios, mejorando su capacidad de negociación e impulsando las economías de escala que permite la inserción competitiva en el mercado.

Cadenas productivas: se caracterizan por ser asociaciones de unidades familiares que presentan como finalidad la producción de bienes y servicios determinados. Asimismo, ostentan una organización temporal que comprende una Asamblea General y un Consejo de

Coordinación que incluye un coordinador productivo y de finanzas, uno de logística y otro de post-cosecha y comercialización. Cabe resaltar que los bienes y servicios producidos por esta cadena tiene un mercado garantizado que se hace efectivo a través de contratos con medianos y grandes empresarios.

Comunidades campesinas y nativas: son organizaciones de interés público, bajo exigencia legal y personería jurídica. Se encuentra integrada por familias que viven en determinados territorios que ellos controlan y se encuentran ligados por vínculos ancestrales, económicos, sociales y culturales. Además, estos vínculos son expresados en el trabajo comunal, la propiedad comunal de la tierra, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales.

Entidad Asociativa Agraria: el Dec. Leg. N° 1020 - Decreto Legislativo para la Promoción de la Organización de los productores Agrarios y la Consolidación de la propiedad Rural para el Crédito agrario señala que es una organización formada por dos o más productores que desarrollan actividad agraria o pecuaria en 20 o más hectáreas de tierra o por 10 o más productores agrarios, sin considerar la extensión de las tierras en las que desempeñan estas actividades.

Sociedad agrícola de interés social-SAIS: es un modelo asociativo creado mediante el Decreto Ley 17716 del 24 de junio de 1969: Ley de reforma agraria. Se define como un conjunto de personas jurídicas con derecho privado y responsabilidad limitada que se integran por beneficiarios de la ley de reforma agraria y se constituyen cuando la Dirección general de reforma Agraria y asentamiento Rural lo considera necesario. Asimismo, cabe resaltar que se rigen por los principios básicos de las sociedades de personas y también, del sistema cooperativo.

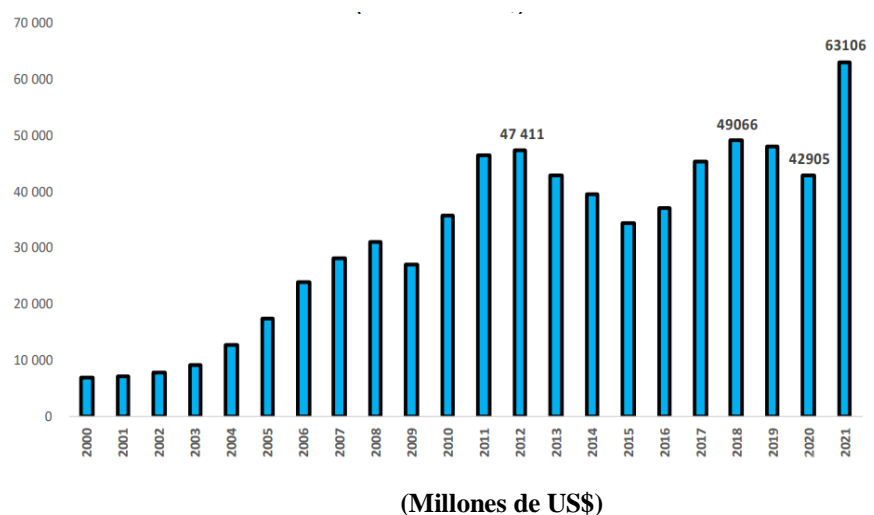
1.2.2. Agro exportación de pequeños productores

Comprende Según Maldonado (2012), desde el año 2005 los productos peruanos para la exportación están en auge y se ve reflejado en el crecimiento sostenido que ha venido teniendo sus exportaciones.

En esa misma línea, según De La Torre & Heras (2021), la agro exportación continúa manteniendo un crecimiento relevante en los últimos 20 años, que inició en el año 1998 y permitió que se multiplique por 10 la generación de divisas del sector para el año 2018, pasando así, de 627.6 millones de dólares en 1998 a 6291.9 millones en el 2018.

En adición, es necesario observar el gráfico 4 del BCRP, respecto a las exportaciones, en millones de dólares, entre los años 2000 y 2012. Según datos del BCRP, nuestras exportaciones vinieron creciendo de manera acelerada y sostenida (solo frenaron en el año 2009, a causa de la crisis internacional).

Gráfico N°4: Exportaciones peruanas.



Fuente: BCRP

Asimismo, se aprecia que el modelo vigente, desde los años 90, al ser una economía de libre mercado, permitió la apertura mundial y la atracción a la inversión privada, tanto nacional como extranjera. Este periodo fue aprovechado por ciertos sectores que captaron excelentes oportunidades de inversión. Por ello, el Perú logró tener uno de los niveles de crecimiento más altos de América Latina.

Sin embargo, este boom agroexportador solo permitió crecimiento y ganancias para aquellos que contaron con mayor capital para invertir y gestionar sus recursos en productos de alto requerimiento tecnológico y de inversión (De La Torre & Heras, 2021). En ese sentido, De La Torre & Heras plantean el desafío de brindar mayores posibilidades y oportunidades a la agro exportación para más productores y productos, es decir, que se amplíe y mejore la oferta de cultivos para la pequeña agricultura familiar (2021).

Además, miles de pequeños productores presentan un bajo nivel de ingresos y, por lo tanto, un bajo nivel de productividad con acceso restringido al mercado y perjudica al pequeño productor limitando su desarrollo y reduciendo su calidad de vida (De La Torre & Heras, 2021).

Por otro lado, según Aguirre (2012), la agricultura peruana es un lastre que nos heredó la Reforma Agraria de Velasco. Puesto que no basta con que más del 90% de exportación de café provenga de los pequeños productores, los cuáles producen y exportan directamente su producto, no bastó con el boom exportador de banano orgánico peruano que surgió en base a la asociatividad de los pequeños productores con más de 50% de las exportaciones actuales de banano (Aguirre, 2012). Por ello, a pesar de estos avances en este y otros productos, aún se considera que la pequeña agricultura en el Perú es un problema sin pronta solución.

1.2.3. Indicadores de la asociatividad en pequeños productores

- **Eficiencia**

El Indicador necesario para medir la eficacia de la asociatividad en pequeños productores. Según Putnam (1994), la eficiencia de la sociedad a través de acciones coordinadas puede mejorar si la organización social se caracteriza por mantener confianza, afianzar normas y redes.

En ese sentido, mencionan De La Torre & Heros (2021), que resulta necesario impulsar asociaciones que fortalezcan la posición de los productores en las negociaciones colectivas, para que estos incrementen su eficiencia. Asimismo, se necesita promover una articulación empresarial para los productores, con lo cual se impulsará la asociatividad como un medio necesario y fundamental para que los pequeños productores incrementen su eficiencia productiva, sería un escenario de mayores beneficios, tanto el proveedor como los proveedores serían beneficiadas (De La Torre & Heros, 2021).

- **Productividad**

Resulta necesario tomar a la productividad como indicador que mida el rendimiento de las asociaciones exportadoras. Según Ferrando (2015), desarrollar las capacidades organizativas y técnico productivas incrementa la productividad. Además, la asociatividad permite alcanzar economías de escala, ya que mayor productividad implica tener mejor rendimiento (Ferrando, 2015).

Por otro lado, De La Torre & Heros (2021), considera el aspecto económico y menciona que mayores niveles de productividad aportan al incremento sustancial de los ingresos y aminora los problemas ocasionados por la diversidad geográfica, climática y biológica del país que existe entre los diferentes productos y así, cumplir con las exigencias de los mercados internacionales en la calidad de los productos. Además, son miles los productos que

pueden elevar sus niveles de productividad con acceso a los insumos y capacitación útil y necesaria (De La Torre & Heros, 2021).

- **Competitividad**

Indicador necesario para medir el impacto de las estrategias asociativas en la cadena agroexportadora. Según Porter (1991), la competitividad es la capacidad que tiene una organización, ya sea pública o privada, con fines lucrativos o no, de ostentar y conservar ventajas competitivas que les permitan alcanzar, sostener y mejorar una posición específica. Por lo que, la ventaja competitiva de una organización como la asociatividad, estaría en su habilidad, conocimientos, recursos y atributos con los que cuenta a diferencia de sus competidores, permitiéndoles alcanzar rendimientos superiores (Porter, 1991).

En esa misma línea, Ferrando (2015) menciona que la asociatividad de pequeños productores agrícolas permite que estos mejoren su competitividad y puedan insertarse a mercados nacionales e internacionales, además, una mayor competitividad, así como mayores niveles de eficiencia, productividad, calidad, innovación y satisfacción del cliente con las asociaciones agrícolas, mejora la calidad de vida de los pequeños productores.

1.3. Marco conceptual

1.3.1. Estrategias de asociatividad

Consiste en un mecanismo de relación y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores, empresas, personas u organizaciones, interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente.

Dicho esto, cabe mencionar que una estrategia asociativa presenta las siguientes características:

A. Es principalmente un mecanismo de cooperación, aunque puede ocurrir que las empresas asociadas compitan entre sí. En este caso existe coopectencia: una actividad que permite competir cooperando, o bien cooperar para poder competir.

B. Requiere de un cierto grado de organización, es decir, distribuir y coordinar tareas y funciones necesarias para el logro de objetivos comunes.

C. Tiene cierto grado de permanencia. Esto supone una visión de largo plazo de la relación conjunta, que trascienda los problemas coyunturales que puedan dar origen a la estrategia asociativa y se mantenga en el tiempo.

D. Supone una decisión voluntaria al momento de asociarse, existiendo libertad para ingresar o retirarse de la estrategia asociativa según los mecanismos que acuerden sus miembros.

E. Se orienta al logro de objetivos comunes fijados por los asociados. Éstos pueden aprovechar ventajas o resolver problemas conjuntos conservando el control sobre su negocio, es decir, manteniendo su autonomía

1.3.2. Pequeños productores

Los pequeños agricultores tienden a cultivar productos básicos y a venderlos solamente en sus comunidades inmediatas. Dado el difícil acceso a las cadenas nacionales de abastecimiento o al capital de trabajo que necesitan para ampliar sus granjas, siguen viviendo en niveles de subsistencia. Asimismo, no depende estructuralmente de la mano de obra contratada permanente y que gestiona su actividad productiva principalmente con mano de obra familiar. La mayor parte del tiempo de trabajo lo destinan a las actividades agrícolas o artesanales en sus propias tierras o en sus propios hogares, y estos ingresos representan la mayor parte de sus ingresos totales.

1.3.3. Exportación

Son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional. En otras palabras, las exportaciones son todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Descripción de la realidad problemática

La agricultura orientada a la exportación en Perú tiene un desarrollo significativo, lo cual genera expectativas alentadoras para la economía. En este contexto debe integrarse al pequeño agricultor, motivo por el cual el artículo tiene por objetivo exponer lo que está ocurriendo con el pequeño agricultor y las acciones necesarias para su integración a la cadena de exportaciones.

El significativo crecimiento de la agricultura no tradicional de exportación constituye uno de los fenómenos salientes de la agricultura latinoamericana durante los años 1990s. Los cultivos no tradicionales comprenden principalmente productos de alto valor, entre los que se destacan flores, frutas, hortalizas y cultivos producidos en forma orgánica. El incremento en sus exportaciones responde a la creciente demanda por parte de los países industrializados, lo que refleja la creciente preocupación de los consumidores por la influencia de la alimentación en la salud y los potenciales efectos perjudiciales de los insumos químicos y los alimentos con alto tenor graso.

Al mismo tiempo, los gobiernos de la mayoría de los países latinoamericanos implementaron desde mediados de los años 1980s—en muchos casos con el apoyo del BID y otros organismos de cooperación internacional—políticas de promoción de cultivos no tradicionales de exportación, motivados en el objetivo de generar divisas y de promover nuevas actividades generadoras de empleo e ingreso para la población rural. El crecimiento de la agricultura no tradicional de exportación representó éxitos en varios sentidos para varios países latinoamericanos.

Además de su contribución en la generación de divisas, los exportadores de cultivos no tradicionales lograron acceder a mercados exigentes en base a la calidad de su producción y a la disponibilidad de productos en momentos específicos del año en los cuales la oferta resultaba insuficiente y los precios más altos. El tener en cuenta las características de los cultivos, como su perecibilidad y la concentración de la producción de acuerdo a ciclos

específicos, requirió de la adopción de una serie de innovaciones en la tecnología, la organización y coordinación de la producción, así como la intensa capacitación de la mano de obra rural.

Al considerar las potenciales lecciones que podrían obtenerse a partir de la experiencia de la agricultura no tradicional de exportación, el Banco Interamericano de Desarrollo, a través de su Departamento de Desarrollo Sostenible, decidió realizar un estudio en un grupo de países latinoamericanos. El objetivo de este estudio fue analizar el papel de las políticas y otras acciones del sector público en el surgimiento y desarrollo de la agricultura no tradicional de exportación, las características del accionar del sector privado y sus interrelaciones con el sector público, y los efectos de la agricultura no tradicional sobre los sectores más desfavorecidos de la población rural.

Los resultados del presente estudio permitirían una mejor comprensión de los factores que llevaron al desarrollo de la agricultura no tradicional de exportación, y generarían lecciones útiles para el diseño de políticas, programas y proyectos. Estas lecciones no se limitarían a la propia agricultura no tradicional, sino a lecciones más generales sobre cómo apoyar el surgimiento de nuevas actividades con impactos positivos sobre la economía rural.

2.2. Formulación del problema

2.2.1. Problema General

¿Cuál es la influencia de las estrategias de asociatividad en pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022?

2.2.2. Problemas Específicos

Problema Específico 1:

¿Cómo se relacionan las estrategias de asociatividad con los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022?

Problema Específico 2:

¿Cómo se pueden mejorar las estrategias de asociatividad para optimizar la producción de los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022?

2.2.3. Delimitación del Problema

A. Delimitación Espacial.

La delimitación espacial del trabajo de investigación se ubicó en el distrito de Santa Cruz - Palpa.

B. Delimitación Temporal.

La delimitación temporal del estudio se concentra en el año 2022.

2.3. Justificación e importancia de la investigación

2.3.1 Justificación

La presente investigación analizará las estrategias asociativas y su influencia en el incremento del nivel de exportaciones de los pequeños productores agrícolas de palta en el Distrito de Santa Cruz – Palpa 2022.

Asimismo, evaluará desde un punto de vista local y objetivo el rol que cumple una sociedad de agricultores para el beneficio en conjunto en el tema de sus exportaciones y en su desarrollo.

2.3.2. Importancia

La importancia del presente estudio de investigación es generar un antecedente analítico-crítico de cómo una sociedad de pequeños agricultores que se unen a través de estrategias asociativas puede generar mejoras en el sector exportador. Además, permite descubrir de qué manera y hasta qué medida las estrategias de asociatividad influyen en el crecimiento de la exportación y en beneficios de los pequeños productores de palta.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Evaluar el aporte de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.

2.4.2. Objetivos Específicos

Objetivo Especifico 1:

Identificar la relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.

Objetivo Especifico 2:

Detallar el efecto del uso de las estrategias de asociatividad sobre los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.

2.5. Hipótesis de la investigación

2.5.1. Hipótesis General

Las estrategias de asociatividad impactan positivamente en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.

2.5.2. Hipótesis Especificas

Hipótesis Especifica 1:

Existe una relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.

Hipótesis Especifica 2:

Las estrategias de asociatividad impulsan el crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.

2.6. Variables de la investigación

2.6.1. Identificación de las variables

Variable Independiente (x): Estrategias de asociatividad.

Variable Dependiente (y): Producción.

2.6.2. Operacionalización de las variables.

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES
V1. Variable Independiente: Estrategias de asociatividad	Son mecanismos de relación y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores - empresas, personas u organizaciones - interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente.	A) Agroexportación	I. Eficiencia
			II. Eficacia
V2. Variable Dependiente: Producción	La producción constituye la actividad a través de la cual el trabajo humano genera beneficios para el sector económico de una nación. En este sentido, está conformada por la utilidad que crea la elaboración, fabricación u obtención de determinados productos, bienes o servicios.	B) Pequeños agricultores	III. Productividad
			IV. Competitividad
			V. Rendimiento

III. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

3.1. Tipo y diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es básica ya que “no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad”, información según Sergio Carrasco Diaz (2005).

3.1.2. Diseño de Investigación

El diseño de investigación es No Experimental-descriptivo porque se “describe situaciones y eventos, es decir como son y cómo se comportan determinados fenómenos.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003).

Así mismo la investigación es Transversal por qué refiere que “los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Su estudio sólo recolectó, analizará datos en un periodo de tiempo específico”, información según Hernández, Fernández y Baptista (2003).

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población de estudio

Estadísticas del Instituto Nacional de Estadística e Informática, trabajos de investigación relacionados al tema investigado, sitios web, artículos científicos y toda información de carácter científica relevante que sirva como base de datos.

3.2.2. Muestra de estudio

La muestra de estudio serán documentos y toda información relacionada al tema; de igual manera se encuestará a expertos en el tema.

La muestra sigue como criterio de inclusión lo siguiente:

- Pequeños productores.
- Ubicadas dentro del distrito de Santa Cruz - Palpa.
- Productores que se dediquen a la exportación de palta.

Como criterios de exclusión serán los siguientes:

- Productores que no se dediquen a la producción agrícola.
- Pequeños productores que no se ubiquen en el distrito de Santa Cruz - Palpa.
- Productores agrícolas que no se dediquen a la exportación de palta.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

3.3.1. Técnicas de recolección de datos

Revisión de la literatura o sistematización bibliográfica.

3.3.2. Instrumentos de recolección de la información

Encuesta online realizada mediante el aplicativo Microsoft Forms.

IV. RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Presentación e interpretación de resultados

La investigación presentó como objetivo general evaluar el aporte de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa. Asimismo, se plantearon dos objetivos específicos siendo estos:

Identificar la relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz – Palpa, y

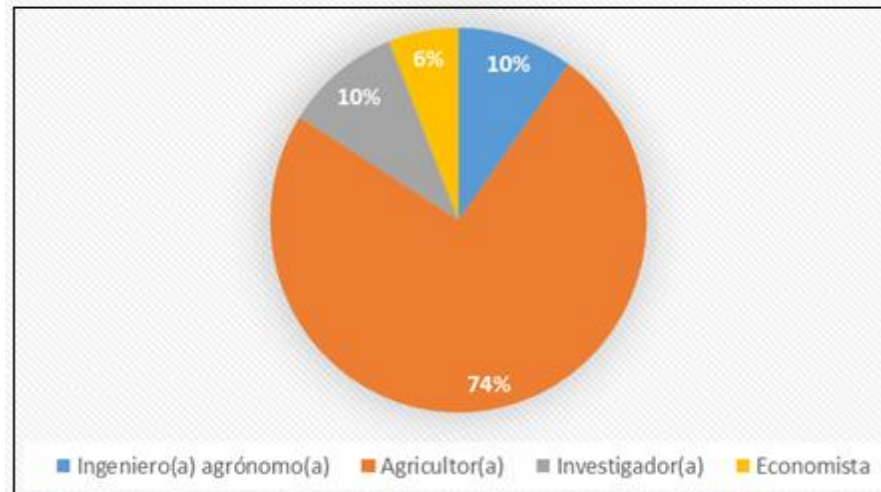
Detallar el efecto del uso de las estrategias de asociatividad sobre los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa; ello guardando relación y concordancia con las Hipótesis y Problemas planteados.

Con respecto a la obtención de los resultados, para las encuestas se utilizó la plataforma online de Microsoft Forms, con la finalidad de salvaguardar la salud de los encuestados, evitando posibles complicaciones frente al virus del Covid-19 y también, para respetar la disponibilidad de tiempo de los encuestados. En ese sentido, se decidió encuestar a 50 personas de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

De la encuesta realizada, con la finalidad de poder distinguir la visión y prioridades que posee cada uno de los encuestados según el área desde la que desempeñan sus labores, se planteó como primera pregunta de la encuesta: ¿Cuál es el cargo que desempeña?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 5, que de los 50 encuestados, 5 eran ingeniero(a) agrónomo(a), 37 agricultor(a), 5 investigador(a) y 3 economistas.

Gráfico N° 5: Cargo que desempeñan.

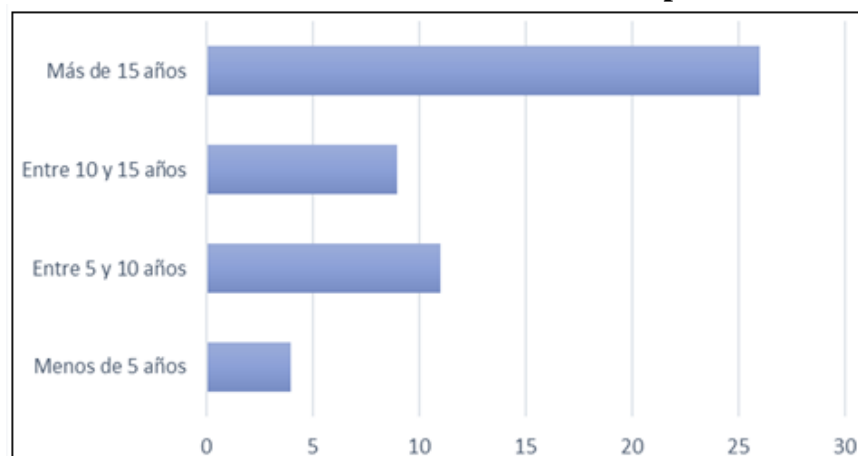


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Apreciamos una importante presencia de agricultores que representa un 74% de los encuestados. Se resalta también la presencia de ingenieros(as) agrónomos(as) con un 10% y de investigadores con 10% de participación. La opinión de todos los profesionales encuestados será muy útil para los análisis pertinentes.

Como segunda pregunta, se planteó: ¿Cuántos años aproximadamente lleva su empresa o usted dedicándose a la exportación de los bienes agrícolas? Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 6, que 4 se dedican menos de 5 años, 11 entre 5 y 10 años, 9 entre 10 y 15 años y, finalmente, 26 más de 15 años.

Gráfico N° 6: Años de dedicación a la exportación.

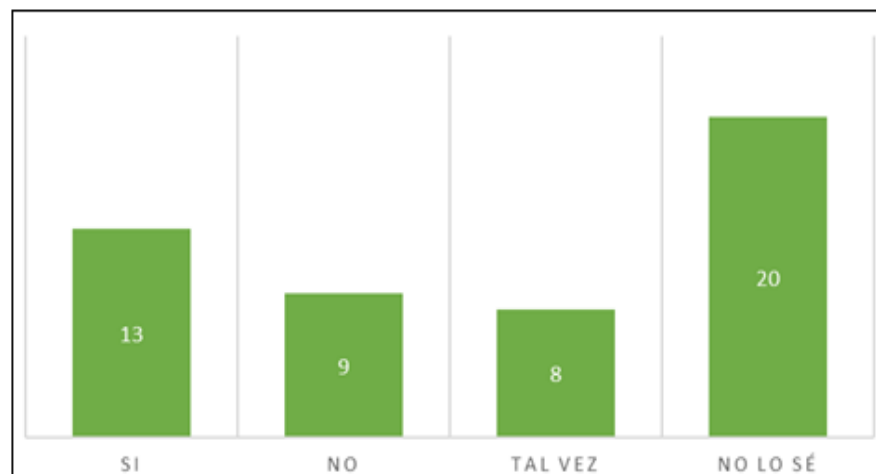


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Se puede apreciar que la mayoría de encuestados, precisamente un 52% de ellos, manifestó tener una empresa o se dedica a la exportación de bienes agrícolas. Este resultado es valioso porque nos muestra la amplia experiencia que pueden tener muchos de los agricultores desempeñando funciones en este sector.

Como tercera pregunta, se planteó: ¿Tiene conocimiento sobre las estrategias de asociatividad en pequeños productores para la exportación de palta? Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 7, que 13 indican sin tener estos conocimientos, 9 mencionan que no, 8 señalan que tal vez y 20 indican que no lo saben.

Gráfico N° 7: Conocimiento sobre las estrategias de asociatividad.



Fuente: Elaboración propia.

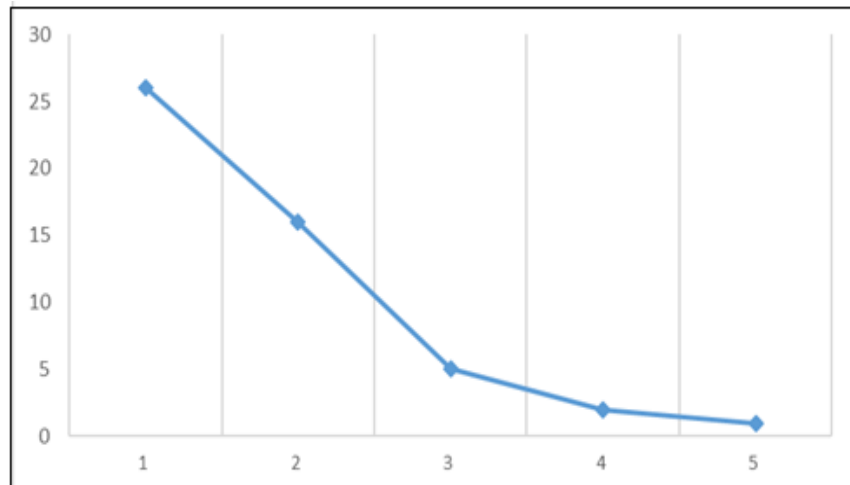
Interpretación: Se puede apreciar una postura interesante que nos indica que 40% de los encuestados menciona no saber si cuenta con los conocimientos suficientes sobre las estrategias de asociatividad en pequeños productores.

Sin embargo, una cantidad importante de encuestados, un 26% indicó si contar con estos conocimientos, pero continúa siendo amplia la brecha sobre la desinformación respecto a las estrategias de asociatividad.

Como cuarta pregunta, se planteó: Del 1 al 5 ¿Qué nivel de estrategias de asociatividad considera usted que presentan los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa? Donde 5 es muy alto y 1 muy bajo.

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 8, que, de los encuestados, 26 manifiestan que hay un nivel muy bajo de asociatividad, 16 indican que este nivel es bajo, 5 señalan que no es ni bajo ni alto, 4 mencionan que es alto y uno considera que es muy alto.

Gráfico N° 8: Nivel de estrategia de asociatividad.



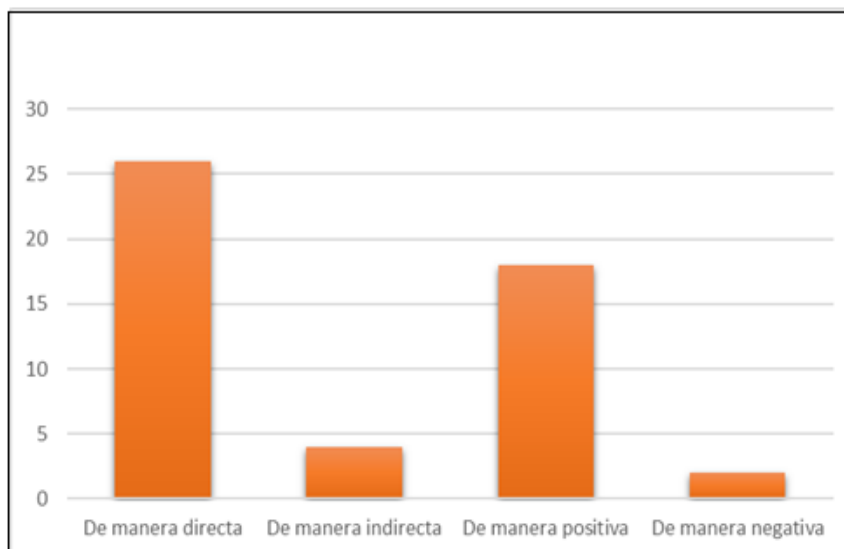
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Podemos notar que una amplia mayoría, 52% de los encuestados, considera que los pequeños productores tienen un nivel muy bajo de estrategias de asociatividad, puesto que no se involucran de manera relevante en el impulso y las mejoras involucradas en el crecimiento de los pequeños productores exportadores de palta.

Como quinta pregunta, se planteó: ¿De qué manera considera que las estrategias de asociatividad impactan en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 9, que, de los encuestados, 26 consideran que impacta de manera directa, 4 consideran que, de manera indirecta, 18 de manera positiva y 2 de manera negativa.

Gráfico N° 9: Impacto de las estrategias en los pequeños agricultores.



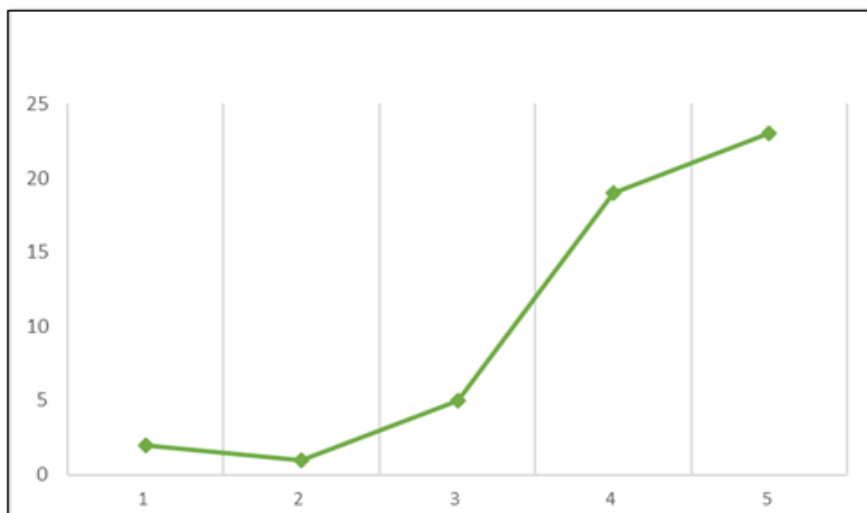
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Notamos que una extensa mayoría de los encuestados consideran que las estrategias de asociatividad impactan de manera directa y positiva, 52% y 36% respectivamente, con lo cual se puede deducir que las estrategias de asociatividad son consideradas una herramienta valiosa que impacta en las mejoras y el crecimiento para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa.

Como sexta pregunta, se planteó: Del 1 al 5 ¿Cuánta influencia ejercen las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa? Donde 5 es muy alto y 1 muy bajo.

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 10, que, de los encuestados, 2 consideran que existe muy baja influencia, 1 que existe baja influencia, 5 que no existen ni alta ni baja influencia, 19 que existe alta influencia y 23 que existe muy alta influencia.

Gráfico N° 10: Influencia de la asociatividad en los pequeños agricultores.



Fuente: Elaboración propia.

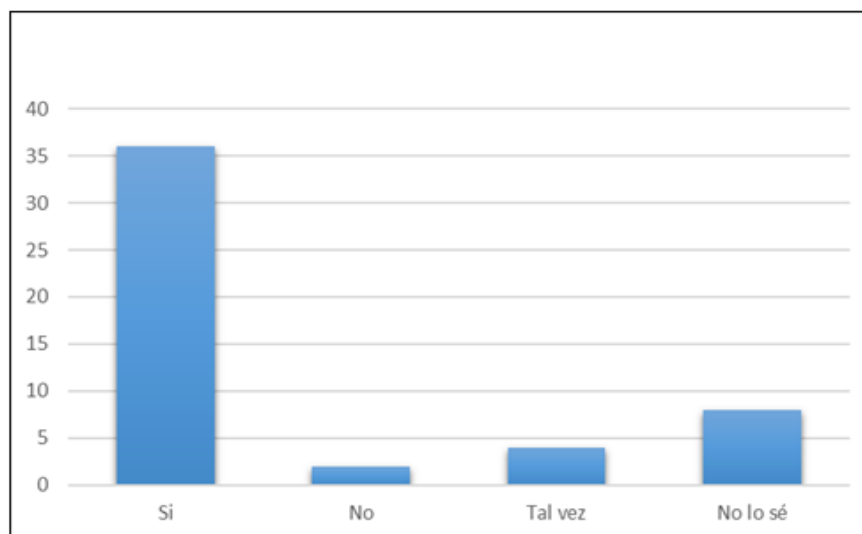
Interpretación: Se aprecia que la mayoría de encuestados indica que existe una influencia muy alta, un 46%, y solo alta, un 38%, seguida por el 10% de los encuestados que señalan que no existe una influencia ni alta ni baja.

Con esto es posible comprender que es muy conocida la influencia que ejercen las estrategias asociativas en los pequeños productores.

Como séptima pregunta, se planteó: ¿Considera usted que existe una relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 11, que de los encuestados 36 consideran que, si existe una relación, 2 mencionan que no, 4 señalan que tal vez y 8 indican que no lo saben.

Gráfico N° 11: Relación entre la asociatividad y los pequeños agricultores.



Fuente: Elaboración propia.

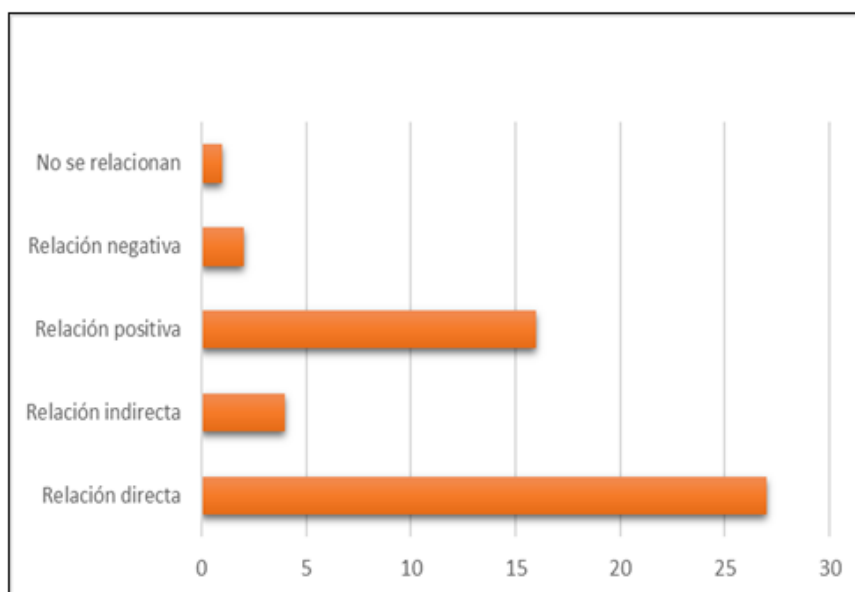
Interpretación: Se observa que una extensa mayoría de los encuestados, precisamente un 72%, considera que si efectivamente existe una relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa.

En ese sentido, esta relación puede ser considerada muy relevante como estrategia agrícola para el crecimiento exportador. En contraposición, un número muy reducido de encuestados, específicamente un 4%, manifestó que no existe una relación.

Como octava pregunta, se planteó: ¿De qué manera considera usted que se relacionan las estrategias de asociatividad con los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 12, que, de los encuestados, 27 consideran que hay una relación directa, 4 consideran que hay una relación indirecta, 16 consideran que hay una relación positiva, 2 mencionan que hay una relación negativa y 1 menciona que no se relacionan.

Gráfico N° 12: Relación de la asociatividad y los pequeños agricultores.



Fuente: Elaboración propia.

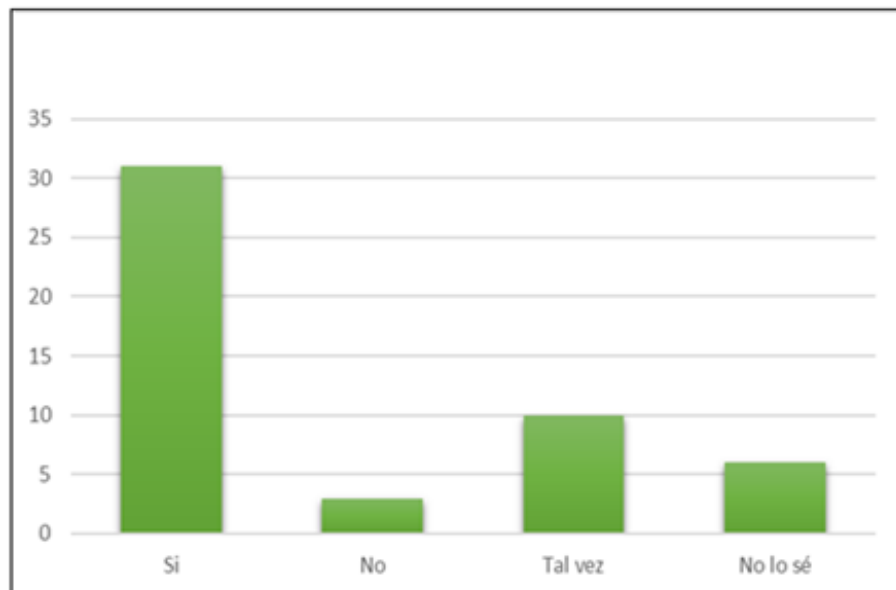
Interpretación: Es posible observar que, en su mayoría, un 54% de los encuestados considera que existe una relación directa entre las estrategias de asociatividad con los pequeños productores para la exportación de palta.

Además, observamos que un 32% de los encuestados considera ampliamente que esta relación es positiva.

Como novena pregunta, se planteó: ¿Considera usted que las estrategias de asociatividad son eficientes en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 13, que, de los encuestados, 31 manifestaron que, si son eficientes, 3 mencionaron que no son eficientes, 10 mencionaron que tal vez sea eficiente y 6 indicaron que no saben si son eficientes.

Gráfico N° 13: Eficiencia de la asociatividad en los pequeños agricultores.



Fuente: Elaboración propia.

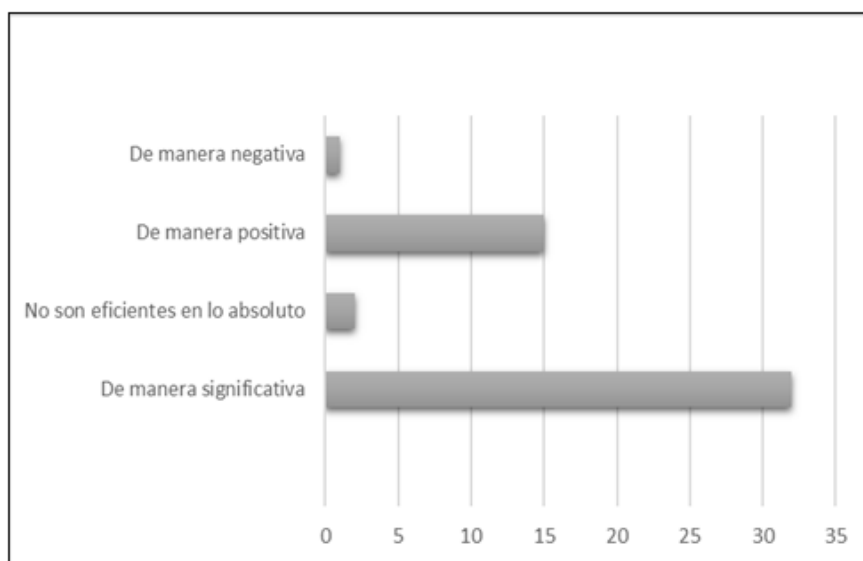
Interpretación: Apreciamos que una amplia mayoría de los encuestados, un 62%, menciona que las estrategias de asociatividad si son eficientes en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa.

En ese sentido, podemos considerar que al impulsar las estrategias de asociatividad, estamos favoreciendo, en consecuencia, de manera eficiente a los pequeños productores para la exportación de palta. De nuestra muestra, observamos que, de manera opuesta, solo un 6% de los encuestados menciona que las estrategias de asociatividad no son eficientes.

Como décima pregunta, se planteó: ¿De qué manera considera usted que las estrategias de asociatividad son eficientes en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 14, que de los encuestados, 32 mencionan que es eficiente de manera significativa, 2 manifiestan que no son eficientes en lo absoluto, 15 manifiestan que de manera positiva y 5 indican que de manera negativa.

Gráfico N° 14: Eficiente la asociatividad en los pequeños productores.

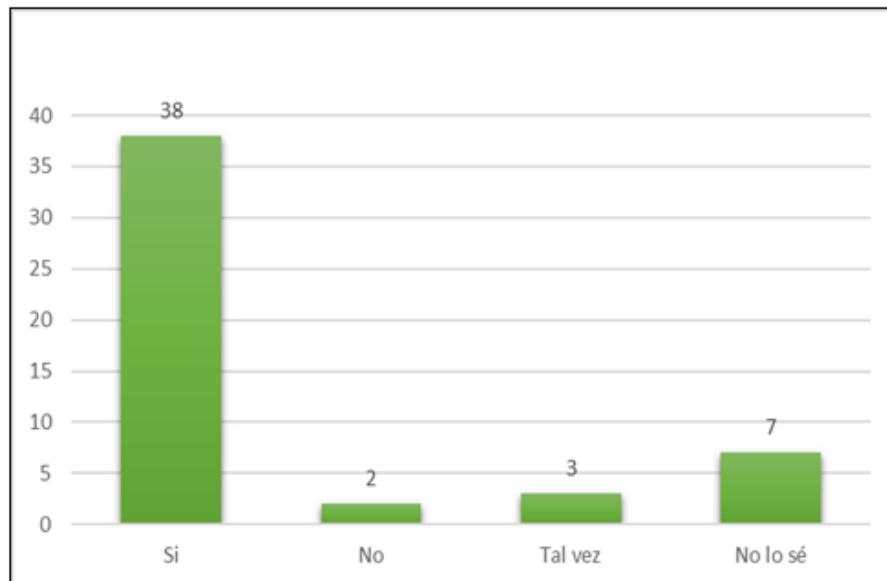


Elaboración: Propia.

Interpretación: Con estos resultados, es posible comprender que, si bien existe conocimiento sobre la eficiencia que hay de las estrategias de asociatividad, el impacto que se considera es elevado, puesto que un 64% mencionó que son eficientes de manera significativa, Además, un 30% considera que es eficiente de manera positiva. En contraposición, solo un 2% de los encuestados mencionó que no son eficientes en absoluto.

Como onceava pregunta, se planteó: ¿Considera oportuno el estudio de las estrategias de asociatividad como forma de impulso al crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa? Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 15, que, de los encuestados, 38 consideran que si es oportuno, 2 considera que no, 3 mencionan que tal vez lo sea y 7 indican que no saben.

Gráfico N° 15: Considera oportuno la estrategia de asociatividad.



Fuente: Elaboración propia.

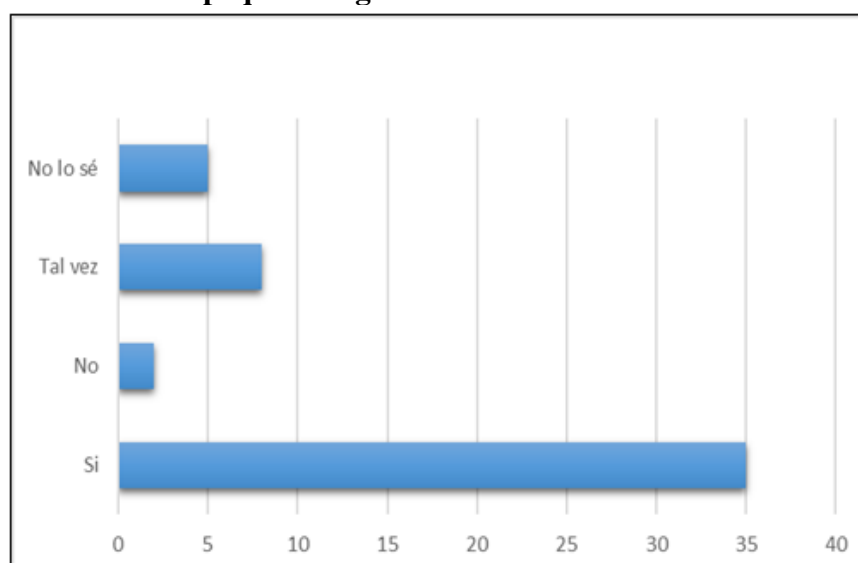
Interpretación: Se aprecia que, para una amplia mayoría de los encuestados, un 76%, se considera oportuno el estudio de las estrategias de asociatividad como forma de impulso al crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa.

De manera opuesta, sólo un 4% mencionó que este no es oportuno el estudio de las estrategias de asociatividad. En ese sentido, se evidencia la relevancia de las estrategias de asociatividad como forma de impulso para el crecimiento de los pequeños productores.

Como doceava pregunta, se planteó: ¿Considera usted que las estrategias de asociatividad impulsan el crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?.

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 16, que de los encuestados, 35 consideran que si impulsan el crecimiento de los pequeños productores, 2 indican que no, 8 mencionan que tal vez y 5 señalan que no lo saben.

Gráfico N° 16: Considera que la estrategia de asociatividad impulsa el crecimiento de los pequeños agricultores.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Es posible apreciar que las estrategias de asociatividad son consideradas muy relevantes, con un 70% de los encuestados que afirman la importancia de estas estrategias como forma de impulsar el crecimiento de los pequeños productores de palta.

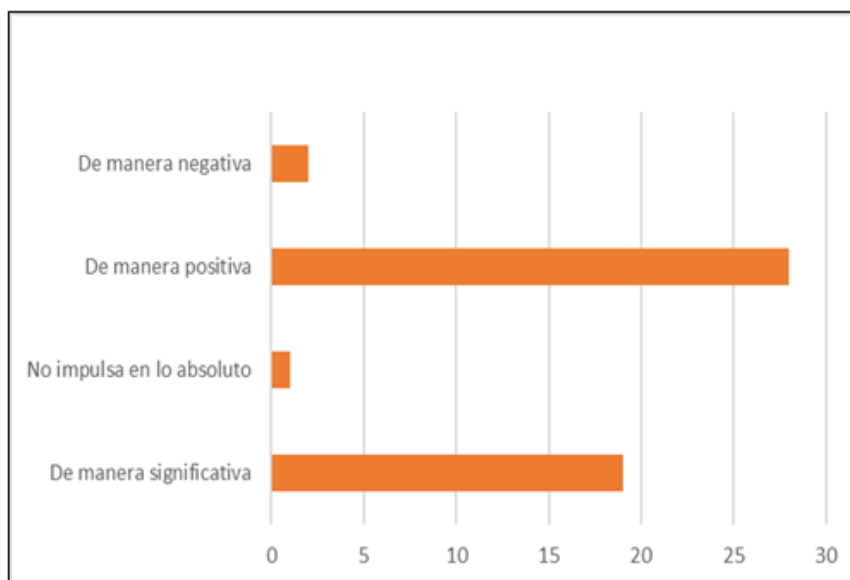
Sin embargo, también se aprecia una opinión opuesta o ambigua muy reducida distribuida con los encuestados restantes. Es decir, un 4% menciona que las estrategias asociativas no impulsan el crecimiento, 16% tiene una postura ambigua al considerar que tal vez impulsen el crecimiento y un 10% indica que no sabe, puesto que no tienen la certeza respecto a la relevancia de las estrategias de asociatividad en el sector agrícola.

Como treceava pregunta, se planteó: ¿De qué manera considera usted que las estrategias de asociatividad impulsan a los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?.

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 17, que de los encuestados, 19 consideran de manera significativa, 1 menciona que no

impulsa en lo absoluto, 28 señalan que de manera positiva y 2 indican que de manera negativa.

Gráfico N° 17: Considera que las estrategias de asociatividad impulsan a los pequeños productores.



Fuente: Elaboración propia.

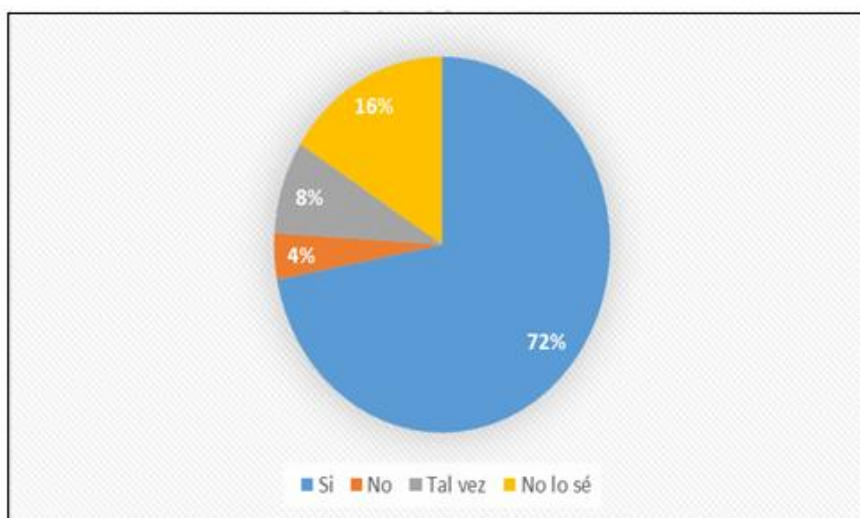
Interpretación: Se aprecia que una extensa mayoría de los encuestados considera que las estrategias de asociatividad impulsan de manera significativa, con un 38%, y positiva, con un 56%, a los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa.

En contraposición, se observa que solo un 2% considera que las estrategias de asociatividad no impulsan en absoluto. Con lo cual es posible reconocer el notable impulso de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores.

Como catorceava pregunta, se planteó: ¿Considera que la competitividad es un indicador oportuno para medir el rendimiento de las estrategias de asociatividad de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico 18, que de los encuestados, 36 consideran que la competitividad si es un indicador oportuno, 2 señalan no es oportuno, 4 consideran que tal vez sea oportuno, 8 indican no saben si es oportuno.

Gráfico N° 18: Considera que las estrategias de asociatividad impulsan a los pequeños productores.



Fuente: Elaboración propia.

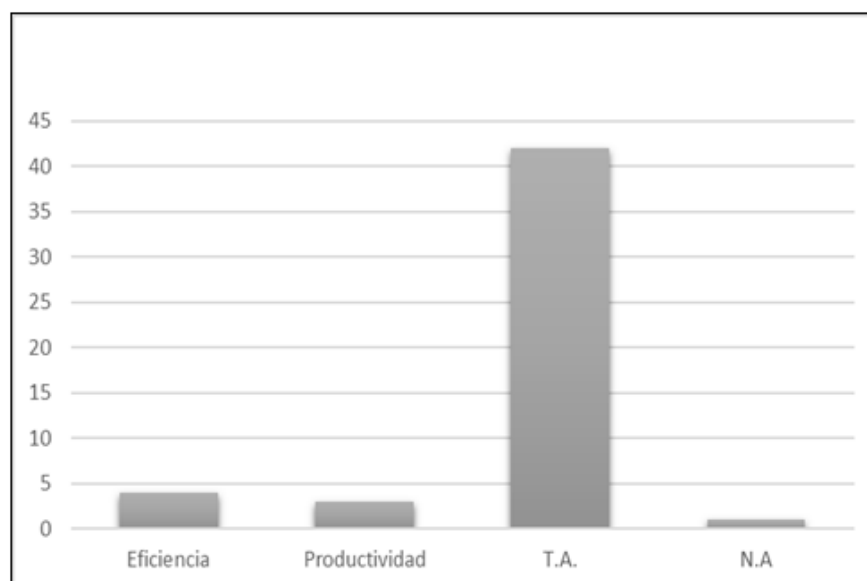
Interpretación: Es posible notar que mayoritariamente si se considera que la competitividad si sea un indicador oportuno para medir el rendimiento de las estrategias de asociatividad de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa.

En contraposición, solo un 4% consideró que no es un indicador oportuno para la medición del rendimiento.

Como quinceava pregunta, se planteó: ¿Cuál de estos indicadores considera que es el más relevante para analizar el impacto de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

Obteniéndose como resultado, tal como se observa en el gráfico N° 19, que, de los encuestados 4 mencionan que la eficiencia es el indicador más relevante, 3 consideran que es la productividad, 42 indican que tanto la eficiencia, como la productividad son relevantes para el análisis y 1 señala que ninguno es un indicador relevante.

Gráfico N° 19: Indicadores más relevante para analizar el impacto de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Es posible apreciar que en su mayoría, específicamente un 84%, considera que los indicadores eficiencia y productividad son relevantes para analizar el impacto de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa.

De manera contraria, solo un 2% manifiesta que estos indicadores no sean relevantes para el análisis respectivo.

4.2. Discusión de los resultados

Es necesario que para la discusión de resultados se considere que el asociativismo productivo es una gran oportunidad que posibilita salir del aislamiento y el individualismo y potenciar, al mismo tiempo, los recursos técnicos, económicos y humanos, a través de la sinergia del grupo. Asimismo, permite el acceso a infraestructura, maquinarias y equipos, así como también a la optimización de las condiciones de negociación frente a acopiadores e intermediarios, además permite alcanzar bonificaciones en la compra de insumos y un acceso continuo a la asistencia financiera.

En ese sentido, las estrategias de asociatividad son relevantes para potenciar el crecimiento agrícola de pequeña escala, ya que los pequeños productores son a veces “homogeneizados” con una actividad técnico-productiva y cómo observamos, se reducen sus capacidades para desenvolverse en ámbitos, sociales, políticos, financieros y la negociación.

Además, tal como observamos en las respuestas de los encuestados, la asociatividad si es considerado, en su mayoría, una oportunidad de desarrollo y un impulso para los productores a pequeña escala. Debido a que, los encuestados consideran que una cooperación y sinergia entre los pequeños productores agrícolas necesitan apoyo para alcanzar aportes relevantes y un impacto significativo en el sector exportador. Sin embargo, también mencionan los encuestados que, frecuentemente, no se aplican las estrategias asociativas por desconocimiento y falta de información por parte de los agricultores, siendo este un gran obstáculo para impulsar el desarrollo agroexportador.

En esa misma línea, los encuestados indican que si a los agricultores se les proporciona información pertinente, aprendizaje integral y orientación especializada que los acompañe en todo el proceso de inserción en las estrategias asociativas, estos lograrán altos niveles de exportación y mejorarán su productividad y competitividad.

CONCLUSIONES

Primera conclusión: Cabe mencionar que acorde al trabajo de investigación, se observa que las estrategias de asociatividad impactan positivamente en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa.

Segunda conclusión: Se puede concluir que efectivamente sí existe una relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa, precisamente, existe una relación significativa en esta relación que se espera que sea aprovechada de manera más eficiente y con un mayor rendimiento en los próximos años.

Tercera conclusión: Se concluye que las estrategias de asociatividad impulsan el crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa, debido a que se considera que las estrategias de asociatividad son un motor que impulsa, fortalece y mejora el desempeño de los pequeños productores de manera directa y positiva.

RECOMENDACIONES

Primera recomendación: Considero que es de vital importancia reconocer los aportes y beneficios que brindan las estrategias de asociatividad en el crecimiento de los pequeños productores en el Distrito de Santa Cruz - Palpa, tomando en cuenta las oportunidades de mejora y crecimiento que las estrategias de asociatividad pueden brindar para el crecimiento económico del Distrito de Santa Cruz - Palpa

Segunda recomendación: Recomiendo instaurar un plan detallado en el cuál se especifiquen todas las estrategias asociativas acorde a las características del grupo de pequeños productores de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa. En ese sentido, se buscará encontrar las mejores estrategias que permitan una sinergia y compromiso mutuo para que la ejecución de este plan sea el inicio de un importante impulso productivo y competitivo para el sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Mundial (2020). *Empleos en agricultura (% del total de empleos)-Perú*. Databank.
- Banco Central de Reserva del Perú (2020). *Series estadísticas. Exportaciones por grupo de productos-valores FOB (millones de dólares)*. <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/>
- Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores [CIEN-ADEX] (2020). Reporte del impacto de las exportaciones sobre el empleo y el PBI.
- Food and Agriculture Organization (2020). Agricultural Statistics on Crop production and Trade. <http://www.fao.org/faostat/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (2020). *PBI de las actividades económicas, por años*.
- Norton, R. D. (2004). *Política de desarrollo agrícola. Conceptos y principios*.
- Aguirre, M. 2012. Apuntes sobre Asociatividad Agraria. Piura. Espacio Compartido. <http://compartidoespacio.blogspot.com/2012/10/apuntes-sobre-asociatividad-agraria.htm>
- Banco Central de Reserva del Perú (2021). *Balanza comercial - valores FOB (millones US\$) - Exportaciones*. BCRPData. <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01448BM/html>
- De la Torre Ugarte, D. & Heros, C. (2021). *Actividad agrícola exportadora inclusiva y sostenible como motor de desarrollo*. Debate 2021. https://www.researchgate.net/profile/Daniel-De-La-Torre-Ugarte/publication/352569583_Actividad_agricola_exportadora_inclusiva_y_sostenible_como_motor_de_desarrollo/links/60d0bd97299bf1cd71e94583/Actividad-agricola-exportadora-inclusiva-y-sostenible-como-motor-de-desarrollo.pdf

- Elgue, M. y Chiariadía, C. 2007. Formas asociativas para la agricultura familiar, elementos para el análisis funcional y normativo de las distintas formas jurídicas. 1a ed. Buenos Aires. Poderme/Prodernoa. p. 11.
<http://www.ciap.org.ar/Sitio/Archivos/Formas%20Asociativas%20para%20la%20Agricultura%20Familiar.pdf>
- Ferrando Perea, A. (2015). *Asociatividad para mejora de la competitividad de Pequeños Productores Agrícolas*. Anales Científicos, 76(1), Pág. 177–185.
<https://doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013). Resultados definitivos. IV Censo Nacional Agropecuario 2012. <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/resultados-definitivos-iv-censo-nacional-agropecuario-2012-0>
- Maldonado, G. 2012. Determinantes e impacto de la asociatividad para el comercio justo: el caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010. Lima. Pontificia Universidad Católica del Perú-Facultad de Gestión y Alta Dirección. P. 100-102.
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/1452/MALDONADO ROCHA GINA ASOCIATIVIDAD REPEBAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/1452/MALDONADO_ROCHA_GINA_ASOCIATIVIDAD_REPEBAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Porter, M. E. (1991). La ventaja competitiva de las naciones (Vol. 1025). Buenos Aires: Vergara.
<https://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/documents/ventaja%20competitiva.pdf>
- Putnam, Robert D., Robert Leonardi y Raffaella Y. Nanetti. (1994). *Para que la democracia funcione*. Tradiciones cívicas en Italia.
http://postulacion.flacso.edu.mx/formatos/MCS/Examen/Bibliografia/putnam_para_hacer_la_democracia_cap4.pdf
- Alvarez Díaz, L. D. R. (2018). Estrategias de comercialización para la exportación directa de café al mercado de Estados Unidos, de la asociación de productores cafetaleros Alto pirias, Chirinos–Cajamarca, 2017-2022.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5125>
- Arroyo, R. R., Calderon, M. R., & Marengo, V. T. (2020). Principales factores para la exportación de cacao orgánico producido en la provincia de Marañón-Huánuco. *Aporte Santiaguino*, ág-26.
http://revistas.unasam.edu.pe/index.php/Aporte_Santiaguino/article/view/678
- Correa Torres, G. R., & Torres Merchan, M. J. (2013). *El proceso de certificación del mango exportable producidos por los pequeños agricultores de la zona de Daule*

Provincia del Guayas (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación).

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/12286>

- De la Cruz Tello, R. A., & Pure Martinez, S. (2021). Capacitación de certificación orgánica para impulsar la exportación de café: una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos 10 años.

<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27828>

- Durand Carhuas, M. M. R. (2018). Exportación y la participación de las principales regiones productoras, caso del algodón en el Perú 2008-2017.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/34343>

- KATUNGI, E.; S. EDMEADES y M. SMALE 2008 «Gender, social capital and information exchange in rural Uganda». En *Journal of International Development*, pp. 35-52.

- Lesmes Peña, Z. I. (2020). Exportación de panela de los agricultores de caña de la hoya del río Suárez hacia Japón por los próximos cinco años.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/26426>

- Martínez Valdez, N. J. (2020). *ASOCIATIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO Y SUS PERSPECTIVAS DE EXPORTACIÓN, CANTÓN LA TRONCAL* (Bachelor's thesis, Jipijapa. UNESUM).

<http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2336>

- Maticurena Maldonado, T. D. J., & Delgado Jiménez, M. J. (2016). *Emprendimiento para la exportación de arroz al mercado internacional de Perú, a través de un centro de acopio, por parte de los agricultores del recinto Poza de Cacao del cantón Salitre-provincia del Guayas en el periodo 2015-2016* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación).

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/31448>

- Melendez Yesquen, J. L. (2019). Propuesta de un plan de negocios para la producción y exportación de palta Hass (*Persea americana*'Hass') cultivado en Ancash—2018.

<https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/12266>

- Morales Guijarro, A. E. (2012). *Plan de negocios para la exportación de pasta de cacao a Chile producido por la asociación de mujeres Navenses localizado en el Cantón las Navas Provincia de Bolívar* (Doctoral dissertation, Universidad Internacional SEK).

<https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/578>

- O'Brien, T. M., & Díaz Rodríguez, A. (2004). Mejorando la competitividad y el acceso a los mercados de exportaciones agrícolas por medio del desarrollo y aplicación de normas de inocuidad y calidad: El ejemplo del espárrago peruano.
<http://52.165.25.198/handle/11324/6929>
- Ochoa García, L. (2001). *Alianza para la Exportación entre Pequeños Agricultores Pobres en Colombia* (No. 1164). Inter-American Development Bank.
<https://publications.iadb.org/en/publication/14517/alianza-para-la-exportacion-entre-pequenos-agricultores-pobres-en-colombia>
- Sucasaca Sucasaca, M. I. (2020). Determinantes de las exportaciones de quinua en el Perú: periodo enero 2005-diciembre 2018.
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/15763>

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Problema General: ¿Cuál es la influencia de las estrategias de asociatividad en pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022?</p>	<p>Objetivo General: Evaluar el aporte de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.</p>	<p>Hipótesis General: Las estrategias de asociatividad impactan positivamente en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.</p>	<p>V1. Variable Independiente: Estrategias de asociatividad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agro-exportación 	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia • Eficacia
<p>P1. Problema Específico: ¿Cómo se relacionan las estrategias de asociatividad con los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022?</p>	<p>O1. Objetivos Específicos: Identificar la relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.</p>	<p>H1. Hipótesis Específica: Existe una relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.</p>			
<p>P2. Problema Específico: ¿Cómo se pueden mejorar las estrategias de asociatividad para optimizar la producción de los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022?</p>	<p>O2. Objetivo Específico: Detallar el efecto del uso de las estrategias de asociatividad sobre los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.</p>	<p>H2. Hipótesis Específica: Las estrategias de asociatividad impulsan el crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa 2022.</p>	<p>V2. Variable Dependiente: Producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pequeños agricultores 	<ul style="list-style-type: none"> - Productividad - Competitividad - Rendimiento

Anexo N° 02: Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo: Evaluar el aporte de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el Distrito de Santa Cruz - Palpa en el año 2022.

Por tal motivo, a continuación, se presentan 15 preguntas para ser valoradas de acuerdo a la propia experiencia y opiniones que considere pertinentes, teniendo en cuenta que debe brindar respuestas con total sinceridad. Recuerde que es una encuesta anónima.

1. ¿Cuál es el cargo que desempeña?
 - Ingeniero(a) agrónomo(a)
 - Agricultor(a)
 - Investigador(a)
 - Economista
 - Otra ocupación

2. ¿Cuántos años aproximadamente lleva su empresa o usted dedicándose a la exportación de los bienes agrícolas?
 - Menos de 5 años
 - Entre 5 y 10 años
 - Entre 10 y 15 años
 - Más de 15 años

3. ¿Tiene conocimiento sobre las estrategias de asociatividad en pequeños productores para la exportación de palta?
 - Si
 - No
 - Tal vez
 - No lo sé

4. Del 1 al 5 ¿Qué nivel de estrategias de asociatividad considera usted que presentan los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa? Donde 5 es muy alto y 1 muy bajo
5. ¿De qué manera considera que las estrategias de asociatividad impactan en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?
 - De manera directa
 - De manera indirecta
 - De manera positiva
 - De manera negativa
6. Del 1 al 5 ¿Cuánta influencia ejercen las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa? Donde 5 es muy alto y 1 muy bajo
7. ¿Considera usted que existe una relación entre las estrategias de asociatividad y los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?
 - Si
 - No
 - Tal vez
 - No lo sé
8. ¿De qué manera considera usted que se relacionan las estrategias de asociatividad con los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?
 - Relación directa
 - Relación indirecta
 - Relación positiva
 - Relación negativa
 - No se relacionan

9. ¿Considera usted que las estrategias de asociatividad son eficientes en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?
- Si
 - No
 - Tal vez
 - No lo sé
10. ¿De qué manera considera usted que las estrategias de asociatividad son eficientes en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?
- De manera significativa
 - No son eficientes en lo absoluto
 - De manera positiva
 - De manera negativa
11. ¿Considera oportuno el estudio de las estrategias de asociatividad como forma de impulso al crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?
- Si
 - No
 - Tal vez
 - No lo sé
12. ¿Considera usted que las estrategias de asociatividad impulsan el crecimiento de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?
- Si
 - No
 - Tal vez
 - No lo sé

13. ¿De qué manera considera usted que las estrategias de asociatividad impulsan a los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

- De manera significativa
- No impulsa en lo absoluto
- De manera positiva
- De manera negativa

14. ¿Considera que la competitividad es un indicador oportuno para medir el rendimiento de las estrategias de asociatividad de los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

- Si
- No
- Tal vez
- No lo sé

15. ¿Cuál de estos indicadores considera que es el más relevante para analizar el impacto de las estrategias de asociatividad en los pequeños productores para la exportación de palta en el distrito de Santa Cruz-Palpa?

- Eficiencia
- Productividad
- T.A.
- N.A.