

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
TESIS**

**PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO
A PRODUCTORES DE MARACUYÁ
(Passiflora edulis) EN EL DISTRITO DE
MOTUPE PARA LA EXPORTACIÓN A
HOLANDA
2015 – 2017**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Autores:

**Bach. Rojas Ibañez Juvissa Gardenia
ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6536-4281>**

Asesor:

**Mg. Alberto Pantaleón Santa María
ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0380-7304>**

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y

Emprendimiento

Pimentel-Perú

2017

Título de la tesis

“PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES
DE MARACUYÁ (Passiflora edulis) EN EL DISTRITO DE MOTUPE
PARA LA EXPORTACION A HOLANDA 2015 - 2017”

Aprobación del proyecto

Mg. Parraguez Carrasco Marcos Benito
Asesor metodólogo

Mg. Sc. Pantaleón Santa María Alberto Luis.
Asesor especialista

Mg. More Peña Joaquín Edgar
Presidente del jurado de tesis

Lic. Jean Michel Carrión Mezones
Secretario del jurado de tesis

Mg. Sc. Pantaleón Santa María Alberto Luis
Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedicada en primer lugar a Dios por bendecir cada paso quedamos en nuestra vida.

En especial a mis padres, quienes me apoyaron en mi formación personal, por el apoyo incondicional que me brindaron. Su perseverancia los convierte en un ejemplo a seguir adelante.

A mis familiares que siempre tuvieron para mí su comprensión y apoyo en el desarrollo de este proyecto

En el proceso de realización del proyecto, mis profesores siempre me brindaron todos los conocimientos necesarios para completar con éxito esta etapa de mi vida.

LA AUTORA

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios por hacer posible todas las cosas buenas que pones en mi camino, para hacer que cada paso que dé para estar conmigo, para fortalecer mi corazón, y para inspirarme. Dedíquelo a quienes han estado brindando apoyo y compañía durante todo el período de la investigación.

Especialmente a mis padres quienes estuvieron, están y seguirán estando presentes para darme su apoyo y aliento para lograr mis metas y superar los desafíos de la vida.

Gracias a mis maestros por su valioso apoyo en mi formación profesional. Su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mi pensamiento han hecho una valiosa contribución al desarrollo de este artículo.

Agradezco a mi Profesor del curso de Proyecto de Tesis Mg. Marcos Parraguez Carrasco, de la Universidad Señor de Sipán quien me apoyó en este artículo bajo su orientación.

Gracias también al consultor de tesis Mg. El apoyo de Pantaleón Santa María Alberto Luis y sus conocimientos y materiales que me permitieron profundizar en el tema y completar esta tesis.

Agradezco a la orientación del comité de revisión de calificación de tesis, para que estén interesados y sean prudentes en la realización de esta investigación.

LA AUTORA

RESUMEN

Con la globalización de la economía mundial los modelos asociativos empresariales aparecen como una alternativa de desarrollo competitivo, siendo así que en términos de la agroexportación la relevancia empresarial se presenta como una oportunidad de desarrollo y progreso para aquellos pequeños y medianos agricultores que tienen como objetivo la exportación de sus productos y que de manera individual no podrían desarrollar una agricultura tecnificada y de calidad que les permita lograr alcanzar un nivel de crecimiento competitivo para hacer frente a las grandes corporaciones instaladas en nuestro país.

El propósito de esta encuesta es formular "recomendaciones sobre el modelo y conjunto de productores de Passiflora Edulis en la región de Motupe". La exportación a Holanda 2015 - 2017"

La investigación se basó en método cuantitativo con investigación descriptiva tipo corte transversal con diseño no experimental; por lo tanto, la población será productora de toda la maracuyá de la zona de Motupe. Una muestra probabilística; en la cual son 88 Productores de maracuyá.

Para recopilar información se aplican encuestas para los productores de maracuyá del Distrito de Motupe para analizar su producción para la exportación de maracuyá, reflejándose en el uso de dos variables, los indicadores y dimensiones basadas en la teoría tradicional del comercio internacional, los resultados fueron agrupados de acuerdo a los objetivos planeados y estructurados en gráficos utilizando la aplicación de Microsoft Excel.

Palabras claves: Asociatividad, Exportación, Holanda, Productores

ABSTRACT

With the globalization of the world economy, business associative models appear as an alternative of competitive development, while in the field of agroexport business association is presented as an opportunity for development and progress for small and medium farmers who aim The export of their products and that individually they could not develop a technified and quality agriculture that allows them to achieve a level of competitive growth to face the large corporations installed in our country.

This research has been prepared with the aim of designing a "Proposal of a partnership model for Passion Fruit Producers (*Passiflora Edulis*) in the District Motupe for export to the Netherlands 2015-2017"

The research was based on a quantitative approach to research descriptive-type design with no experimentally cross; therefore the population will be all passion fruit producers District Motupe be a probability sample; in which are 88 producers of passion fruit.

For data collection, a survey passion fruit producers Motupe District to analyze their production for export of passion fruit was applied, reflecting the use of two variables, indicators and dimensions based on the traditional theory of international trade, the results were grouped according to the planned objectives and structured charts using Microsoft Excel application.

Keywords: Associative, Export, Netherlands, Producers.

INDICE

| | |
|---|-----------|
| DEDICATORIA | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| RESUMEN | v |
| ABSTRACT | vi |
| INDICE | vii |
| INDICE DE TABLAS | x |
| INDICE DE GRÁFICOS | xii |
| CAPITULO I: INTRODUCCIÓN | 13 |
| 1.1. Realidad Problemática:..... | 14 |
| 1.2. Trabajos Previos | 24 |
| 1.2.1. Nivel internacional | 24 |
| 1.2.2. Nivel nacional | 27 |
| 1.2.3. Nivel local | 29 |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema | 32 |
| 1.3.1. Asociatividad..... | 32 |
| 1.3.2. Exportaciones | 40 |
| 1.4. Formulación del problema..... | 46 |
| 1.5. Justificación e importancia | 46 |
| 1.5.1. En el aspecto económico | 46 |
| 1.5.2. En el aspecto social | 47 |
| 1.5.3. En el aspecto ambiental | 47 |
| 1.6. Hipótesis..... | 47 |
| 1.7. Objetivos..... | 51 |
| 1.7.1. Objetivo general | 51 |
| 1.7.2. Objetivos específicos | 51 |
| 1.8. Limitaciones de la Investigación..... | 51 |
| 1.8.1. Limitaciones de Información | 52 |
| 1.8.2. Limitaciones de tiempo | 52 |
| 1.8.3. Limitaciones económicas..... | 52 |
| 1.9. Definición de términos básicos | 52 |
| 1.10. Delimitación de la investigación..... | 53 |
| CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODO | 54 |
| 2.1. Tipo y diseño de la investigación | 55 |

| | | |
|---------------------------------------|---|-----|
| 2.2. | Población y muestra | 56 |
| 2.2.1. | Población | 56 |
| 2.2.2 | Muestra | 57 |
| 2.3. | Variables y operacionalización | 58 |
| 2.4. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 60 |
| 2.5. | Procedimiento de análisis de datos | 61 |
| 2.5.1. | Plan de análisis estadístico de datos | 62 |
| 2.6. | Aspectos éticos | 62 |
| 2.6.1. | Confidencialidad | 62 |
| 2.6.2. | Credibilidad de resultados | 62 |
| 2.6.3. | Objetivos | 62 |
| 2.6.4. | Originalidad | 63 |
| 2.6.5. | Variabilidad | 63 |
| 2.7. | Criterios de rigor científico | 63 |
| 2.7.1. | Valor de verdad | 63 |
| 2.7.2. | Aplicabilidad | 63 |
| 2.7.3. | Consistencia | 63 |
| 2.7.4. | Neutralidad | 63 |
| CAPÍTULO III: RESULTADOS | | 64 |
| 3.1. | Tablas y figuras | 65 |
| 3.3.1. | Situación actual de los productores de maracuyá en el distrito de Motupe | 65 |
| 3.1.2. | Nivel de producción de los productores de maracuyá del distrito de Motupe | 73 |
| 3.1.3. | Capacidad de gestión de los productores para la exportación de su producto | 81 |
| 3.1.4. | Exportación de maracuyá a nivel nacional | 86 |
| 3.2. | Discusión de resultados | 100 |
| 3.2.2. | Conocer la situación actual de los productores de maracuyá en el Distrito de Motupe | 100 |
| 3.2.3. | Evaluar el nivel de producción de los productores de maracuyá del distrito de Motupe | 101 |
| 3.2.4. | Identificar la capacidad de gestión asociativa de los productores asociados para la exportación de su producto | 102 |
| 3.2.5. | Exportaciones de maracuyá a nivel nacional | 103 |
| 3.2.6. | Implicancias | 104 |
| 3.3. | PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES DE MARACUYA (Passiflora Edulis) EN EL DISTRITO DE MOTUPE PARA LA EXPORTACION A HOLANDA 2015 – 2017 | 106 |

| | | |
|---|--|------------|
| 3.3.1. | Introducción..... | 106 |
| 3.3.2. | Objetivos | 106 |
| 3.3.2.1. | Objetivo general | 106 |
| 3.3.2.2. | Objetivos Específicos | 107 |
| 3.3.3. | Importancia de la propuesta | 107 |
| 3.3.4. | Modelo asociativo..... | 107 |
| 3.3.4.1. | Esquema de modelo asociativo..... | 107 |
| 3.3.5. | Iniciativa de modelo asociativo | 114 |
| 3.3.6. | Secuencia para la formalización de la organización | 120 |
| 3.3.7. | Logística de exportación..... | 124 |
| 3.3.7.1. | Procesamiento, envasado y embalaje..... | 124 |
| 3.3.7.2. | Logística internacional..... | 125 |
| 3.3.7.3. | Almacenamiento y vida útil (caducidad)..... | 127 |
| 3.3.7.4. | Canales de distribución | 127 |
| 3.3.7.5. | Acceso al mercado de la unión europea..... | 128 |
| 3.3.7.6. | Requisitos para exportar zumos de frutas a Unión Europea | 128 |
| 3.3.8. | Alianzas estratégicas | 131 |
| 3.3.9. | Análisis económico | 132 |
| CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | | 134 |
| 4.1. | Conclusiones | 135 |
| 4.2. | Recomendaciones | 136 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | | 137 |
| ANEXOS..... | | 145 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Frecuencia observada | 48 |
| Tabla 2 Frecuencia esperada | 49 |
| Tabla 3 Población de productores de Motupe por sectores | 57 |
| Tabla 5 Sexo de los productores encuestados | 65 |
| Tabla 6 Edad de los productores encuestados | 66 |
| Tabla 7 Tiempo dedicado a la actividad agrícola | 67 |
| Tabla 8 Porcentaje de productores que pertenecen a una asociación | 68 |
| Tabla 9 Número de hectáreas que poseen los productores | 69 |
| Tabla 10 Cultivos que siembran actualmente | 70 |
| Tabla 11 Numero de productores que reciben asistencia técnica o capacitación | 71 |
| Tabla 12 Opinión de los productores para formar parte de una asociación ... | 72 |
| Tabla 13 Número de hectáreas sembrada con maracuyá | 73 |
| Tabla 14 Número de certificaciones de los cultivos | 74 |
| Tabla 15 Uso de maquinaria en la producción de maracuyá | 75 |
| Tabla 16 Costo de producción aproximado por kilo de maracuyá | 76 |
| Tabla 17 Rendimiento por campaña de maracuyá | 77 |
| Tabla 18 Uso de pesticidas en la producción de maracuyá | 78 |
| Tabla 19 Conocimiento de uso adecuado de pesticidas permitidos | 79 |
| Tabla 20 Conocimiento de los niveles permitidos de los pesticidas | 80 |
| Tabla 21 Compradores de la producción de los productores de maracuyá ... | 81 |
| Tabla 22 Conocimiento de las exigencias del mercado exterior para exportar maracuyá | 82 |
| Tabla 23 Opinión de recibir o no información para exportar maracuyá | 83 |
| Tabla 24 Opinión de asociarse para exportar maracuyá | 84 |
| Tabla 25 Opinión de la asociatividad en beneficio de los productores | 85 |
| Tabla 26 Evolución de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017 | 86 |
| Tabla 27 Estacionalidad de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (Kg) | 87 |
| Tabla 28 Principales empresas exportadoras de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (US\$) | 88 |
| Tabla 29 Mercado de destino de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 89 |
| Tabla 30 Evolución de exportación de maracuyá fresco entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017 | 90 |
| Tabla 31 Estacionalidad de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 – 2014 (FOB) | 92 |
| Tabla 32 Principales empresas exportadoras de maracuyá fresco entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 93 |
| Tabla 33 Mercado de destino de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 93 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 34 Evolución de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017 | 95 |
| Tabla 35 Estacionalidad de las exportaciones de pulpa maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)..... | 97 |
| Tabla 36 Principales empresas exportadoras de pulpa maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)..... | 98 |
| Tabla 37 Mercado de destino de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 99 |
| Tabla 38 Presupuesto para la formación de una asociación..... | 124 |
| Tabla 39 Disposiciones aplicables a los néctares de Frutas..... | 130 |
| Tabla 40 Estimación de costos de exportación de 01 contenedor de 40 pies refrigerado..... | 133 |

INDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Proceso de Asociatividad Empresarial | 35 |
| Figura 2: Sexo de los productores encuestados..... | 65 |
| Figura 3: Edad de los productores encuestados..... | 66 |
| Figura 4: Tiempo dedicado a la actividad agrícola..... | 67 |
| Figura 5: Porcentaje de productores que pertenecen a una asociación..... | 68 |
| Figura 6: Número de hectáreas que poseen los productores | 69 |
| Figura 7: Cultivos que siembran actualmente..... | 70 |
| Figura 8: Numero de productores que reciben asistencia técnica o capacitación | 71 |
| Figura 9: Opinión de los productores para formar parte de una asociación ... | 72 |
| Figura 10: Número de hectáreas sembradas con maracuyá | 73 |
| Figura 11: Número de certificaciones de los cultivos | 74 |
| Figura 12: Uso de maquinaria en la producción de maracuyá | 75 |
| Figura 13: Costo de producción aproximado por kilo de maracuyá | 76 |
| Figura 14: Rendimiento por campaña de maracuyá | 77 |
| Figura 15: Uso de pesticidas en la producción de maracuyá..... | 78 |
| Figura 16: Conocimiento de uso adecuado de pesticidas permitidos | 79 |
| Figura 17: Conocimiento de los niveles permitidos de los pesticidas..... | 80 |
| Figura 18: Compradores de la producción de los productores de maracuyá . | 81 |
| Figura 19: Conocimiento de las exigencias del mercado exterior para exportar maracuyá | 82 |
| Figura 20: Opinión de recibir o no información para exportar maracuyá..... | 83 |
| Figura 21: Opinión de asociarse para exportar maracuyá | 84 |
| Figura 22: Opinión de la asociatividad en beneficio de los productores..... | 85 |
| Figura 23: Evolución de exportación de jugo de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017 | 86 |
| Figura 24: Estacionalidad de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (Kg)..... | 88 |
| Figura 25: Mercado de destino de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 90 |
| Figura 26: Evolución de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017 | 91 |
| Figura 27: Estacionalidad de las exportaciones de maracuyá fresco, años 2010 - 2014 (Kg) | 92 |
| Figura 28: Mercado de destino de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 94 |
| Figura 29: Evolución de exportación de pulpa de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017 | 95 |
| Figura 30: Estacionalidad de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 97 |
| Figura 31: Mercado de destino de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB) | 99 |

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática:

La unidad de Lambayeque es uno de los principales productores de maracuyá amarilla. El comercio del maracuyá empieza en el año 2008 aproximadamente, aunque el jugo de maracuyá ya era utilizado por algunas comunidades, la producción de maracuyá era en esos momentos difícil de exportar porque no se contaba con la tecnología necesaria para protección y transporte a otros países, pero con el auge del turismo en nuestro país, se abren también nuevos mercados en los países europeos para la gran variedad de productos agrícolas poco conocidos por ellos. Es así que deciden invertir en la producción de estos frutos exóticos para ampliar la gama de productos en sus países.

Lambayeque se encuentra posicionado como el mayor productor y exportador a nivel nacional del maracuyá. Hay que tener en cuenta que en Lima la producción de maracuyá se da entre abril y mayo mientras que en Lambayeque la producción varía de año a año.

En la actualidad una de las mejores oportunidades para empresas exportadoras es la formación de asociaciones, los cuales ven a sus pares extranjeros como aliados, con lo cual pretenden unir esfuerzos y sobresalir con las exportaciones las cuales permitan cubrir una demanda en países potenciales como Estados Unidos, Canadá, China, Emiratos Árabes, entre otros.

Con el crecimiento de la globalización, surgen los modelos asociativos, los cuales son vistos como apoyo entre los pequeños productores agrícolas, y responder a los desafíos y necesidades del mundo.

En nuestro país los modelos asociativos son algo relativamente nuevo y que poco a poco van creciendo consiguiendo el beneficio

en los productores, sin olvidar que tenemos obstáculos ocasionados por la insuficiencia y limitaciones del sector, falta de información, capacitación, asistencia técnica y administrativa, pero lo más importante es la falta de capacidad empresarial, la estandarización y de modelos productivos, altos costos de inversión, bajos niveles de negociación, especialmente la falta de tecnología que cumpla con estándares de alta calidad.

Otra de las deficiencias son la desconfianza de los agricultores, falta de promoción y participación; dificultades en términos de gestión de recursos hídricos, reducidas aéreas certificadas, las medidas fitosanitarias no son homogéneas y en muchos casos falta implementar el riego tecnificado para afrontar las épocas de escases del agua.

Es por ello que, con el objetivo de plantear soluciones a las deficiencias ya establecidas, pretendemos presentar sugerencias para el establecimiento de un modelo asociativo para los productores de frutas de la región de Motupe con el cual podamos contribuir a su progreso y desarrollo.

Nivel internacional:

Según la Organización de Gestión Regional Agropecuaria-La Libertad en su "Informe de inteligencia de mercado" (2011), la maracuyá es un cultivo que se produce en pocos países / región del mundo, incluidos Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Perú y algunos países / regiones vienen de África y los Estados Unidos para cultivar maracuyá morada y maracuyá amarilla en California, Florida y Hawai. Con una producción total estimada de 12.000 toneladas métricas, Ecuador, Brasil, Perú y Colombia son los mayores productores de maracuyá amarilla concentrada.

El maracuyá amarillo es recomendable para los países de Centro América puesto que es resistente a las enfermedades, es así que algunos países como Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y el Salvador han apostado por el cultivo de maracuyá para la exportación de pulpa congelada (Reporte de inteligencia de mercados, 2011).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural-Colombia. En su boletín mensual de insumos y componentes involucrados con la producción agrícola (2012), estima que el cultivo de maracuyá se distribuye en zonas de clima tropical y subtropical, y se cultiva primordialmente en las naciones de la Sociedad Andina, integrados los cultivos en Australia, Nueva Zelanda, Hawái, Sudáfrica e Israel. Existen dos variedades de esta fruta, la que se consume fresca es de color morado, y su alta acidez y llamativo amarillo (*Passiflora edulis*) es la variedad más utilizada en la industria para producir jugo. La fruta de la pasión se consume de diferentes formas, tanto como fruta fresca, como zumo concentrado y no concentrado, postres, salsas, néctar, mermelada y gelatina, así como fruta deshidratada y congelada.

La Universidad de Costa Rica (2012), menciona que el jugo más importante y exótico es de maracuyá, además el tercero a nivel mundial, solamente superado por sumo de mango y piña. Brasil, Ecuador y Colombia son los mayores productores de maracuyá del mundo, y Ecuador el país que exporta en mayor volumen.

Esta fruta se exporta en forma fresca y procesada, en especial como néctar, jalea, mermelada, jugo de frutas y jugo concentrado. Se debe considerar que la mayoría del negocio universal se fundamenta en jugo sencilla (14 grados Brix) o jugo concentrado (50 grados Brix). La producción de la mayoría de frutas de todo el

mundo está dedicada a cubrir el consumo interno de las naciones productoras. Excepto Ecuador, el comercio exterior es relativamente reducido. Según la literatura consultada, si la siembra se hace en espaldera, la productividad puede alcanzar las 30 toneladas por hectárea. Y en barbacoa, de 15 a 20 toneladas por hectárea. Cabe mencionar que el rendimiento obtenido normalmente va de las 15 a las 18 toneladas/ha (Universidad de Costa Rica, 2012).

Mercado del Maracuyá (2011), refiere que la producción de maracuyá se ha extendido desde Brasil hasta abarcar casi todas las regiones tropicales del mundo. Históricamente, en la mayoría de los países, se cultivaba para el consumo casero; luego paulatinamente empezó a cultivarse para satisfacer la demanda interna, contando para su desarrollo con el apoyo y promoción de sus respectivos gobiernos. Australia y Hawai son los países que han recibido mayor promoción y apoyo en estudio, Colombia y Brasil también han contribuido al desarrollo de esta siembra.

Centro de Investigaciones Económicas - Colombia (2011), comenta que, en los años 60, Colombia fue el país que inició el cultivo comercial del maracuyá y fue hasta la década del 80 se lanzó al mercado internacional. El área dedicada es entre 2.500 y 7.000 hectáreas, de las cuales el 70% de los productos son para exportación y el 30% para el mercado interno.

Otros países productores son: Kenia, Zimbabue y Sudáfrica en África, que producen principalmente maracuyá morada y tienen una fuerte posición en las exportaciones frescas a Europa. Tailandia, Malasia e Indonesia en Asia. El mercado total de todos estos países es menos del 7% del total mundial, mientras que

Brasil y Perú ocupan una posición de monopolio en el mercado, que casi cubre el 90% de la demanda global.

Fuster, Martínez y Pardo (2008), en un estudio realizado manifiestan que uno de los países donde se ve mejor reflejado los modelos de Asociatividad es España donde las empresas se agrupan para buscar beneficios para el comercio exterior y tienen una estructura exportadora común. También se han realizado importantes inversiones para establecer su propia red de venta de calzado en el exterior.

Bruna (2007), en España el sistema asociativo lo constituyen una enorme y compleja red de organizaciones de diversas funciones y regiones, pero el grado de tolerancia es desigual.

Según, Liendo y Martínez (2001), en los países europeos, Chile también tiene casos de asociación con una importante participación del estado, mediante el área de comercio exterior y los municipios, por ejemplo, el Grupo de Transferencia Tecnológica GTT.

Velázquez y Rosales (2011), refieren que otro de los países que se hace presente con estos modelos es México, especialmente por las vivencias en el establecimiento de un sistema de producción de calzado en León, Guanajuato, y estableció una red de cooperación y mecanismo de coordinación para desarrollar un sistema empresarial que le permite ser exitosos en cadenas globales de valor, los que les permite hacer frente a cambios y necesidades en el mercado internacional para satisfacer las necesidades de los mismos.

Nivel Nacional:

El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), ha participado activamente en la mejora de la productividad y la calidad del cultivo de maracuyá mediante la capacitación a los agricultores de Motupe y Olmos, lo que ha hecho posible incrementar el rendimiento de la producción de maracuyá en la región, registrándose la producción puede llegar hasta 23 MT / Ha, la producción anterior era mucho menor (10 MT / Ha), pero la existencia de trabajos experimentales ha determinado la producción de hasta 40MT/Ha, lo que puede incrementar significativamente la producción nacional sin tener que aumentar el área de siembra (Rojas, 2011).

En el mismo informe, Rojas (2011), manifiesta que el año 2010, la producción aumentó bastante y saturó el mercado tanto interno como para exportación; se creó falsas expectativas en cuanto a la demanda del mercado, llegando a sembrarse en Motupe y Olmos hasta 3000 hectáreas. Las compañías compraron maracuyá y debido a los costos de almacenamiento y el impacto en los agricultores, esto generó un gran problema porque la sobreproducción de maracuyá resultó en una reducción del precio más alto en S /. 0.40, el costo anterior S /. 1,70 ocasionando pérdidas cuantiosas a los productores en el año 2010; a raíz de esto muchos productores abandonaron sus cultivos, porque era rentable. Hoy en día se están tomando medidas para contrarrestar esta bajada de precios, y para ello se busca controlar mejor el registro exacto del número de hectáreas plantadas de maracuyá, planificar las intenciones de siembra y reordenar los cultivos.

Gran parte de la producción de maracuyá es de forma independiente. Durante el período de producción, conllevan

incertidumbre debido a cambios en los precios de los productos en el mercado al momento de la venta; sabiendo que esto está ligado a la calidad del producto, grados brix, y al precio internacional debido a que es un producto exportable; esto también está influenciado por la época del año, país de destino, y la oferta de otros países. Pequeñas cantidades se destinan a mercado interno que también está sujeto a la oferta y demanda.

En general los productores agrícolas que no están asociados, no tienen una buena gestión empresarial. Con sus pequeños fondos tienen una falta de tecnología y recursos de inversión, lo que les impide desarrollarse y ser competitivos.

A través del estudio actual, lo que buscan es saber si utilizando la asociatividad como estrategia empresarial los agricultores no asociados pueden mejorar el nivel de competitividad, mejorando el mercadeo y su producción, vendiendo directamente mediante alianzas estratégicas con las empresas exportadoras; o en asociación, logrando exportar. Establecer el precio de acuerdo a los precios internacionales, ofertando grandes volúmenes de venta para que se de gran interés a las empresas exportadoras, ofreciendo una buena calidad del producto sobre todo para exportación; así como aquellas actividades de la asociatividad que permiten mejorar su competitividad.

Para la Agencia Peruana de Noticias, Andina (2014), el principal producto de exportación fue el jugo de maracuyá, que representó el 88,5% de las exportaciones totales, y los envíos aumentaron un 47,7% a un total de 9,9 millones de dólares estadounidenses, vendidos a nueve mercados, principalmente Holanda, que representan el 84%. El segundo producto de exportación es la maracuyá cruda o cocida (pulpa congelada), con un valor de

exportación de 400.000 dólares estadounidenses, un aumento del 134,8%. Estados Unidos es uno de los principales exportadores de Estados Unidos, con un valor de exportación de US \$ 618.000, un aumento del 5,954%. Su clasificación es seguida de cerca por los Países Bajos, Francia, Italia, Canadá, España y el Reino Unido. Indonesia, Alemania, Hong Kong, Suiza y Aruba.

La Agencia Peruana de Noticias, Andina (2014). Describe que en nuestro país las principales empresas exportadoras de maracuyá y sus derivados son: Quicornac, Agromar Industrial, Agroindustrias AIB, Corporación Lindley, Frutos Tongorrape, Selva Industrial, entre otras

Según La Consultora Maximixe – Lima (2013), en 2014, la producción de maracuyá aumentó un 13% interanual hasta las 67.600 toneladas, gracias al atractivo precio que impulsó la expansión del área de siembra, "La mejora del nivel de productividad será reflejo no solo de las buenas condiciones climáticas sino también de la oportuna asistencia técnica brindada a los pequeños agricultores de la zona norte del país, a través de la instalación de riego por goteo",

En lo que se refiere a las exportaciones de pulpa de maracuyá, éstas llegarán a US\$ 663.900, que representa por el aumento de los envíos, un aumento del 14,7% respecto al año anterior hacia Chile, y el ingreso hacia nuevos mercados como Uruguay y República Dominicana (Consultora Maximixe – Lima, 2013).

Wicht (2014), Asociatividad Empresarial – Perú, existen varias experiencias exitosas de Asociatividad, son los gobiernos regionales los encargados de guiar a cada pequeño productor hacia un modelo asociativo ya sea por capacitaciones o eventos

comunitarios, siendo su único objetivo la competitividad de su producto. Asimismo para poder establecer y mantener la relevancia comercial, se deben cumplir las condiciones de confianza, precisión de objetivos, compromiso, definición de roles, liderazgo y penalidades.

Según Rosales (1997), citado por Narváez, Fernández y Sénior (2008), utilizar las asociaciones como mecanismo cooperativo puede unir a las empresas para lograr un objetivo común. Las asociaciones que han organizado a los productores agrícolas para participar en respuesta a los desafíos productivos, económicos, sociales y ambientales también han adoptado definiciones para lograr el desarrollo de las áreas rurales. Por tanto, se ha convertido en un tema de preocupación para las instituciones públicas y privadas y su efectiva intervención.

Unión de Investigaciones Económicas y Sociales del Perú (CIES) (2014), menciona que la necesidad de asociarse de los pequeños productores es la posibilidad de crear más grandes ganancias desde incrementos en la escala de la producción y venta. Una más grande escala viable, es por medio de 2 mecanismos: el mercado de tierras, ventas y alquileres; y el desarrollo y consolidación de esquemas asociativos entre los productores, para el proceso productivo para proporciones del mismo. El CIES habla sobre la importancia en el respecto de la organización y permanencia de las asociaciones a largo plazo, este tipo de organizaciones no son fáciles de crear y necesitan de asistencia técnica especializada para salir adelante y consolidarse. Los pequeños sectores del departamento de Lambayeque no han logrado el nivel de desarrollo óptimo, debido a factores, como lo son recursos propios, la gestión, las políticas del país y otros.

Rivero (2005), nos detalla los inconvenientes en el descuido del estado en el apoyo al sector agrícola; en general, las políticas macroeconómicas, sectoriales y el entorno externo son necesarias para el desarrollo de los encadenamientos agroindustriales, pues la exportación de los participantes es la pérdida del valor de los productos, y los participantes son pequeños productores. Esto se debe al debilitamiento de las medidas de intervención nacional en la producción aspectos fundamentales como el financiamiento en condiciones de promoción, investigación, transferencia de tecnología y asistencia técnica. A todas estas deficiencias se incluye la dependencia hacia los proveedores de recursos financieros por la baja rentabilidad que brinda el mercado final.

Nivel Local:

Biznews (2010), comenta en su diario que los productores de los valles de Olmos y Motupe, son los más afectados por los bajos precios de esta fruta, generando así los conflictos sociales en la zona, según informó Miguel Reyes Custodio, presidente de la Asociación de la Macroregión de Productores para la Exportación (Ampex). Esto ocurre para los productores ya que son las empresas exportadoras las beneficiadas. El bajo precio al productor (S/. 0.50 el kilo), no cubre sus costos de producción (S/. 0.70 kg), lo que hace imposible que puedan devolver los créditos que solicitaron para financiar el cultivo.

El año 2013, el precio llegó hasta S/. 2.00 por kg, con una gran demanda de parte de empresas agroindustriales que exportan jugo de maracuyá, incluso algunas empresas incentivaron a muchos agricultores de la zona a cultivar este producto, generando una sobreproducción dando lugar a que el monto que

se paga al productor haya bajado a S/. 0.50 por kg., motivando que los productores se organicen para protestar y presionar a una de las empresas que actualmente controla el mercado local del maracuyá para mantener el precio por encima de S/. 1.00 por kg.

Lambayeque es una de las regiones que constituye una zona especial para el cultivo de diversos productos agrícolas de exportación, especialmente frutas y hortalizas, por lo que la superficie de cultivo de maracuyá está aumentando relativamente, pero ante la falta de asistencia técnica para manejar adecuadamente el cultivo de este fruto no existe una adecuada planificación de las siembras, teniendo que adoptar medidas conjuntas para el logro de objetivos comunes que permitan un alto rendimiento en productividad y calidad; que a la vez garantizará una buena rentabilidad.

1.2. Trabajos Previos

Seguidamente, se describe una encuesta de algunos autores que desarrollaron temas asociativos entre pequeños productores para respaldar esta encuesta.

1.2.1. Nivel internacional

Coveña y Villacrés (2012), en su informe la relevancia de las microempresas en Portoviejo como estrategia de crecimiento económico ", realizan un diagnóstico amplio para describir y analizar los aspectos que tiene la asociatividad. El principal propósito es capturar la lógica del trabajo conjunto en las actividades micro empresarial, en las que se combinan aspectos económicos. En este sentido, aclarar que el foco de la investigación es el factor limitante, además la aplicación de un modelo asociativo como herramienta para lograr el desarrollo

micro empresarial. Esta investigación también invita a reflexionar sobre políticas de intervención para el desarrollo económico.

En tal sentido, la creación las asociaciones empresariales es de gran importancia para que las pequeñas y medianas empresas puedan desarrollarse en el ámbito macroeconómico ya que les facilitaría el acceso a mercados muy competitivos y lucrativos.

Carvallo y Gómez (2011) propuso un modelo de trabajo en su tesis titulado "Una propuesta para el modelo de construcción de asociaciones empresariales en el sector agropecuario de las XV Regiones de Arica y Parinacota", en el que las asociaciones empresariales desempeñan la función de mediana empresa dedicada a la producción agrícola logren un mayor nivel competitivo. La investigación fue de tipo descriptiva-propositiva, para la recopilación de datos y uso del cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa para medir la situación actual y la aceptabilidad de la propuesta. El estudio concluyó que debido a la propuesta del modelo de asociación empresarial, el sector agropecuario en la XV zona de Arica y Parinacota permitirían el desarrollo sostenido de actividades más competitivas para empresarios agricultores locales.

El impacto social que producen las organizaciones depende de factores Por ejemplo, el tamaño de la empresa implicada, el capital invertido, las condiciones del medio en que operan, entre otras. Con un manejo óptimo de estos factores mediante la Asociatividad, entonces el resultado será muy favorable para ambas empresas.

Lozano Monroy (2010), en su investigación "La interacción como modelo de administración para impulsar las exportaciones de las

pequeñas y medianas organizaciones colombianas" explica los inconvenientes prácticos de los micros y empresas pequeñas, que carecen de los recursos para ingresar a mercados externos a bajo precio, por lo cual se sugiere usar Internet. O aceptar compromisos comerciales a extenso plazo. Encadenar sin preocuparse de perder su particular identidad gracias a la adopción de costos atractivos y competitivos, valorar su actual capacidad organizativa y de gestión junto con la innovación. Es importante obtener tecnología y conocimiento de logística internacional de la asociación, esta investigación nos ha enseñado la importancia de obtener precios más altos y la formación e implementación de asociaciones de actividades relacionadas.

Duran 2009), en su ponencia "Plan de negocios para exportar maracuyá y Cholupa como fruta fresca y/o en pulpa hacia Canadá", explicó que la idea del plan de negocios se debe a la necesidad de encontrar nuevos mercados para obtener la producción restante de pulpa de cholupa y maracuyá, que supera la demanda nacional. Durante el desarrollo del plan se realizó un estudio de mercados para determinar el mercado objetivo para la comercialización internacional de estos productos.

Una idea de negocio siempre tiene como objetivo la comercialización internacional de sus productos, es así que los estudiantes decidieron proponer esta idea para mejorar la economía de sus productores.

Gonzales (2009), Quito, Ecuador en su "El proyecto de estudio de viabilidad para producir concentrado de jugo de maracuyá y exportar a los mercados holandés y alemán" afirmó la importancia y el carácter empírico de esta investigación, porque es posible

obtener información precisa para ilustrar este punto. La formulación de la propuesta es factible.

1.2.2. Nivel nacional

Mendoza (2013), En su trabajo de investigación, el título es "La relevancia del productor granadilla de la provincia de Huánuco y Pachitea para producir oferta exportable", sostiene que, en la actualidad es muy importante el buen uso de los recursos naturales de las regiones menos desarrolladas del país y que una adecuada implementación de la Asociación Empresarial como estrategia de crecimiento competitivo para el productor de Granadilla en la provincia de Huánuco es vital para desarrollar cultivos de exportación, en este caso aprovechando la creciente demanda internacional de la granadilla. La investigación obedeció a un diseño descriptivo simple.

Esta investigación pretende desarrollar los productores pueden construir modelos asociados en los que puedan unirse y comercializar, al mismo para que sus productos sean vistos como oferta exportable, manteniendo para ello criterios de Asociatividad. Esto ayudara en el desarrollo de la provincia de Huánuco y Pachitea.

Coronado (2011), en su tesis "Investigación sobre el modelo asociativo de la cadena de suministro de productos agrícolas", la finalidad del estudio consistió en implementar y evaluar un modelo de asociación en nuestro país. El desarrollo de la investigación se realizó con productores de la región Piura, quienes tendrían que convertirse en los proveedores de una empresa que abastece el mercado nacional e internacional con productos agrícolas. En este trabajo se pudo determinar que la

aplicación de un modelo de asociación garantiza mayores ventajas competitivas y en consecuencia mejores beneficios para todos los asociados.

Es un estudio desarrollado no solo por estudiantes sino también por entidades gubernamentales con un solo objetivo común, el poder mostrar un modelo asociativo para los productores quienes no comercializarán al exterior sus productos, pero si los venderán a empresas exportadoras, generando un precio estándar y rentable para todos que permita mejorar su nivel de vida.

Promoción de la Gestión Rural Económica y Social (2014), señala que la CEPIBO - Piura, está conformada por 12 asociaciones, 1.286 productores han plantado 1.352 hectáreas de banano orgánico, y su volumen de exportación ha aumentado año a año, ubicándose en el segundo lugar a nivel nacional de exportación de banano orgánico, conformando un modelo de exportación conjunta exitoso a seguir por los productores no asociados del país.

El modelo de Asociatividad que la CEPIBO (Central Piurana de Asociaciones de Pequeños Productores de Banano Orgánico), utiliza es el de organizar cooperativas. Esta asociación es un claro ejemplo que los productores pueden llegar a obtener mejores ganancias y experiencias unidos mas no independientes siempre y cuando manejen un mismo idioma, esto ayudara a nuestra investigación en los puntos de tipos de modelos y sobre todo como llegar al éxito asociativo.

Crispin, López, Miglori y Olivares (2010) señalaron en su trabajo "Propuesta de un modelo de Asociatividad para pequeños productores de ají Páprika en el Valle de Supe", señala que frente

a la creciente competencia provocada por el libre mercado y la globalización, las articulaciones se han convertido en micro y pequeños apoyos. Mecanismo entre empresas para que puedan afrontar conjuntamente nuevos retos y dar respuesta a las necesidades de los mercados internos y externos. La implementación del modelo de asociatividad para los pequeños productores de ají pprika del Valle de Supe les reportará enormes beneficios, como negociación de precios, grandes compras de insumos, acceso a capacitación y asesoría técnica, y mejora de la calidad. Además, pueden mejorar su capacidad de negociación con las empresas exportadoras eliminando intermediarios, e incluso en el futuro, si tienen capacidad de exportación directa, pueden obtener mayores márgenes de ganancia.

Para esta asociación el poder desarrollar los modelos de correlación ayuda a aumentar la producción sobre todo por las ganancias que esto generara, al mismo tiempo la compra de Inversión en cantidad, formación y asesoramiento técnico para mejorar la calidad de sus productos.

1.2.3. Nivel local

Musayon y Nnuez (2014) en su trabajo "Propuestas de Fortalecimiento Conjunto de Productores Apícolas", Caso: Asociación de Industriales Cascajal Olmos Lambayeque", señala que el origen de su investigación radica en la situación actual de las asociaciones agrícolas de la región Lambayeque, que no logran mantener la alianza por mucho tiempo, o que productividad dependa mucho del apoyo que puedan recibir del gobierno u organizaciones afines.

Los estudios realizados muestran que las asociaciones que carecen de la solidez del capital social no proporcionan la base necesaria para el establecimiento exitoso de asociaciones. La situación de la Asociación de la Industria de Cascajal es obvia. Las actividades de la asociación han sido ignoradas por sus socios, observando caos organizacional, falta de trabajo en equipo, compromiso inadecuado y bajo sentido de pertenencia; por lo tanto, una pérdida de oportunidades de asociatividad. Por tanto, el fortalecimiento integral de las organizaciones, uniendo el capital social como valor intrínseco de la relación y la administración, es determinante para alcanzar objetivos comunes.

Soto (2014) señaló en su trabajo "Propuesta de modelo de asociación a productores de palta del departamento de Motupe-Lambayeque" que el modelo de asociación nació como una herramienta de desarrollo. Ante la globalización de la economía y que la agricultura esta presta para que pequeños y medianos productores consideren un modelo asociativo como una alternativa estratégica que establece oportunidades de mejora.

En el Perú, la asociación de pequeños y medianos empresarios es inusual debido a las experiencias desfavorables en el pasado, la participación en este proceso era voluntario, y para quienes establecían un modelo asociativo, representaba un mecanismo de cooperación y acción conjunta. Con éxito las dificultades para el logro de objetivos comunes.

Esta investigación pretende desarrollar en un mismo contexto un modelo asociativo pues sabemos que los productores de Motupe presentan ciertas desventajas en comparación con otros distritos de Lambayeque por ello sustentamos en la aplicación de un modelo asociativo, pero en este caso a productores de maracuyá.

Tapia & Horna (2010), en su tesis en cuanto a una solución alternativa al problema de vinculación en la cadena productiva de maracuyá, se ha presentado la propuesta a los productores del departamento de Santa Julia Motupe, señala que la finalidad de su propuesta es trabajar ordenadamente; por lo tanto, pueden lograr los siguientes objetivos: brindar más oportunidades de investigación para abandonar la individualidad y satisfacer las necesidades de las empresas agroindustriales, mejorar su desempeño productivo a través de la asistencia técnica y el riego moderno, y mejorar su liderazgo y motivación, potenciar su negociación habilidades, obtener mejores precios y participar en ferias comerciales.

Dicho estudio pretende solucionar la dificultad eslabón de la cadena productiva de maracuyá pues sin este paso nuestras exportaciones no se podrán llegar a una satisfacción en el mercado, esta investigación junto a la nuestra pretende dar fin a esta dificultad en Motupe.

Solano,(2015) 2. En su tesis "Lo asociativo es una estrategia empresarial para mejorar el nivel de competencia entre los pequeños productores de maracuyá (*Passiflora edulis*) en Tongorrape – Valle de Motupe – Lambayeque" menciona que en la Asociación de Pequeños Productores de Tongorrape el éxito de su actividad empresarial es la gestión asociativa de los directivos quienes están comprometidos con la asociación al igual que los asociados quienes sienten que han mejorado su nivel de vida. Además el nivel competitivo entre los pequeños productores asociados de Maracuyá es muy bueno sobre todo porque poseen certificación orgánica, menores costos de producción, mayores rendimientos, tienen capacidad de negociación y conocen las

exigencias del mercado. Esta asociación es una muestra de caso exitoso a seguir por la asociación del presente estudio.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Asociatividad

Rosales (1997) es un "procedimiento para reconocer el valor estratégica del trabajo grupo entre organizaciones".

La asociatividad surgió como un mecanismo de cooperación para las pequeñas y medianas organizaciones para confrontar el proceso de globalización económica. En este proceso de globalización, cada compañía y los otros competidores participan de forma conjunta en la ejecución de su objetivo sin embargo conservar su libertad jurídica y soberanía de administración.

1.3.1.1. Asociatividad Empresarial

a) Definiciones

Franco (2009) señaló que la relevancia empresarial se compromete a determinar el propósito común de empresas con la misma o similar actividad económica, incluyendo esfuerzos individuales descentralizados para mejorar los niveles de desempeño empresarial, para lograr la sostenibilidad de la empresa y el crecimiento de la competitividad empresarial, globalmente en mejores condiciones.

Barrera (2007), "Asociatividad es desarrollar un plan conjunto, es posible obtener mejores resultados entre empresas que se unen para formar una organización más sólida y competitiva".

Pallares (2005), significa prácticamente Para los sectores productivos pequeños y medianos en ciudades y pueblos de países menos desarrollados, esta es la única forma posible no solo de enfrentar la competencia de empresas globales que han ocupado cada vez más mercados regionales y se abren, sino que también tratan de salvarnos. Las otras formas de riqueza y generación justa del país, así como la forma más antigua de interrelaciones disponibles para la humanidad, son relaciones naturales que permiten a la humanidad sobrevivir y desarrollarse, como la cooperación.

Enrique (2002), define como un plan que va dirigida a potenciar, el logro de una virtud competitiva por una organización, con la cooperación o los convenios con otras organizaciones; logrando el desarrollo de ocupaciones en la cadena de costo del producto o servicio logrando un posicionamiento de la organización en el mercado.

b) Pasos para la Asociatividad empresarial:

Según Mincetur (2008), los pasos de la asociación empresarial son:

Construir seguridad.

Sentido de pertenencia y compromiso.

Trabajo en conjunto.

Identificar finalidad e intereses comunes.

Participa en la cadena.

Unión.

Establecer otras formas de organización empresarial (consorcio, empresa conjunta, zona industrial).

Aplicar métodos que garanticen el éxito.

c) Costos de la Asociatividad empresarial:

Según Mincetur (2008), los costos de la asociatividad empresarial son:

La Asociatividad empresarial no nace de forma espontánea, es un proceso organizacional.

Se necesita de un direccionamiento.

Dedicarle todo el tiempo necesario.

Aporte de socios y organizaciones externas.

d) Razones para asociarse empresarialmente:

Según Mincetur (2008), las razones para asociarse son:

En primer lugar, por razones internas de las empresas como: minimizar incertidumbres y eliminar debilidades uniendo fuerzas y capacidades.

En segundo lugar, por razones competitivas; es decir como una estrategia para afianzar su posición en el comercio.

e) Proceso de asociatividad empresarial:

Según Mincetur (2008), la finalidad común podría ser temporal, como la obtención conjunta de materias primas, o el establecimiento de una interacción duradera para que logren contribuir en la indagación y desarrollo de novedosas tecnologías para beneficios usuales.



Figura 1: Proceso de Asociatividad Empresarial
Fuente: Mincetur

f) Tipos de asociatividad:

Según la IICA-PRODAR y FAO (2008), los tipos de Asociatividad son los siguientes:

Redes de Cooperación

Grupo de empresas que mantienen diversos vínculos de cooperación para coordinar y ejecutar acciones conjuntas.

Articulación Comercial

La relación continua entre las empresas de oferta y demanda puede ser mediada o fomentada por intermediarios, corredores o gerentes comerciales.

Alianza en Cadenas Productivas

Una serie de fases y acuerdos de operación específicos entre personas o empresas que ejecutan la producción, conversión, distribución y comercialización de productos o líneas de productos (bienes o servicios).

Alianza en Clúster

Similar a la cadena de valor, pero los actores están geográficamente interconectados en actividades de producción específicas. También de la empresa forman parte de organizaciones que brindan servicios de soporte empresarial.

Joint Venture

Un convenio entre 2 o más empresas para combinar sus recursos en un comercio común. Los recursos tienen la posibilidad de ser materias primas, capital, tecnología, entendimiento del mercado, canales de comercialización y repartición.

Consortios

El artículo 445 de la "Ley Gral. De Comunidades" instituye que un contrato de consorcio tiene relación en el cual 2 o más personas participan activa y de manera directa en un definido comercio al unirse para obtener más grandes beneficios económicos. Las empresas que constituyen un consorcio mantienen una gerencia unificada pero no pierden su personería jurídica.

Agricultura por contrato

Se define como un convenio entre agricultores y compañía de procesamiento y/o venta para la producción y suministro de productos agrícolas para entrega futura, muchas veces a costos predeterminados. Dichos convenios además comprometen al cliente a dar un cierto nivel de apoyo representado, ejemplificando, el abasto de insumos y la provisión de ayuda técnica.

Maquila:

Se basa en la subcontratación de una sección del proceso beneficioso fuera de la compañía, y el insumo intermedio no cambia la titularidad, o sea, tiene relación con cualquier actividad

elaborada en diferentes ocupaciones productivas en relación con el proceso beneficioso de la organización.

g) Factores que influyen en la asociatividad empresarial

Según Arce, (2006) Los factores que afectan la relevancia empresarial son:

Confianza, elige un socio.

Mecanismos de transparencia y control.

Un objetivo común que es lo suficientemente atractivo.

El plan de asociación correcto.

Desarrollar y ejecutar proyectos atractivos para inversores

Autoridad de los directivos.

Resolución de desacuerdos.

1.3.1.2. Asociatividad agraria

a) Definición

Romero (Romero, 2009), "Socialismo Agrícola" es una forma de organización que aglutina a los pequeños productores en una sola organización.

La Asociatividad en el sector agrario ha ido evolucionando, se inició con la formación de sindicatos, luego juntas vecinales y de regantes; hoy en día existen organizaciones agrarias, cuyo fin es solucionar problemas de su competencia en el sector.

b) Características de la Asociatividad

La Asociatividad empresarial, según la FAO (2006). Presenta las siguientes características:

Esto es voluntario.

Los intereses comunes de los socios van más allá de las intenciones personales. Los socios son los dueños del negocio porque poseen bienes materiales e intangibles (marca, reputación).

El propósito de la permanencia es hacer que la empresa exista por un tiempo prolongado o indefinido.

Los socios son solidariamente responsables del comportamiento y desempeño de la empresa ante la sociedad.

Toma en cuenta el entorno, no solo reconoce su impacto, Sino también el efecto que puede causar sobre él.

c) Beneficios

Según Barrera, (2007) los beneficios de la asociatividad agraria son:

Solucionar y hacer frente inconvenientes ligados y respetar la soberanía de los competidores.

Fomentar la utilización y desarrollo de la competitividad.

Aproveche las oportunidades, elimine las amenazas, usar al mayor sus fortalezas y disminuya sus debilidades.

Incremente la producción y la productividad. Más grande poder de negociación.

Potenciar la entrada a la tecnología y la financiación de productos y procesos.

Se comparten peligros, precios y beneficios.

d) Objetivos

Según González (2008), las empresas se asocian con el fin de obtener beneficios mutuos.

Esto implica que la asociatividad se relacione entre empresas o socios que se basan en valores y habilidades compartidos que se complementan entre sí para que todos puedan marcar la diferencia y consolidar la unión.

Alvarado (2009), indica respecto a la necesidad de asociación que, la atomización desmesurada de las parcelas encarece la obtención de insumos modernos; dificulta la adopción de tecnologías que principalmente necesitan la menor escala; se incrementa el precio del crédito; disminuye el poder de negociación de los pequeños productores relacionadas con los comercializadores, lo cual lleva a sus productos. Bajan y dificultan el ingreso al mercado universal. La necesidad de formar asociaciones agrarias en Perú, la falta de este tipo de organizaciones que constituyen modelos de negocios productivos, rentables y con gran poder de negociación.

e) Marco legal de la asociatividad

Primera ley promulgada para fomentar la Asociatividad, Ley 29972. Se implementará un sistema tributario especial donde las cooperativas establecidas por asociaciones promuevan la inclusión de pequeños productores en el sector agrícola, que es exclusivo de las cooperativas agrícolas, y enfatiza la inaceptabilidad del impuesto sobre la renta y el impuesto general sobre las ventas. (Congreso de la Republica, 2012).

Resolución Jefatura N° 032-2012-AG-PCC: El Plan de Compensación Competitiva es la unidad ejecutiva del reglamento 013 del Ministerio de Agricultura, establecido por Decreto N ° 1077. (Ministerio de Agricultura, 2012).

Decreto legislativo 1020: "Para lograr el propósito de desarrollo competitivo agrícola y aumentar los ingresos de los agricultores, es necesario utilizar suficiente tecnología y maquinaria. Con este fin, se deben promover las asociaciones de agricultores como condición para el otorgamiento de crédito de maquinaria, tecnología de riego y desarrollo de mercado, que es necesaria para promover entidades de asociación agraria Indispensable". (Presidencia de consejo de ministros).

1.3.2. Exportaciones

a) Definiciones

Cabello (2012) dijo que el término aduanero de exportación es la salida real de bienes comunitarios a partir del territorio aduanero comunitario. No debería confundirse con el transporte de mercancías de un estado integrante a otro, ya que estas

operaciones se hacen en el mercado comunitario interno en la alianza aduanera.

Márquez (2010) señaló que la exportación es una actividad importante en los negocios internacionales, incluida la venta de productos o servicios fuera del territorio del país proveedor.

Castro (2008) se refiere a la exportación como la salida de un producto de un país a otro, cruzando diferentes fronteras u océanos que separan países.

b) Formas de exportar:

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (2015), las formas de exportar son:

Directa:

La empresa se encarga de gestionar el procedimiento de exportación, desde la identificación del mercado hasta el cobro de ventas.

Esta forma de exportación es la mejor manera de aumentar los beneficios y lograr crecimiento constante en el negocio a medio y largo plazo. Significa comprender todos los canales de distribución (agentes, distribuidores, minoristas y usuarios finales).

Indirecta: las pequeñas y medianas empresas eligen esta vía para ingresar a nuevos mercados valiéndose de intermediarios ya que no cuentan con los recursos y tienen poco o conocimiento del proceso que les permita exportar en forma directa.

La mayor ventaja para una pequeña o mediana empresa de la exportación indirecta, es poder acceder a los mercados internacionales sin correr mayores riesgos ni tener que afrontar los complicados trámites que implican la exportación directa.

c) Razones para exportar:

Según Bancomext (2002), las razones para exportar son:

Diversificación.

Ganar competitividad y tecnología.

Establecer alianzas estratégicas.

Reducir el riesgo de ingresar a nuevos mercados.

Vender a granel

Aprovechar la ventaja comparativa y las oportunidades del mercado.

Aprovechar la globalización para buscar una mayor rentabilidad.

d) Causas de la Exportación:

Para Mercado (2000), hay muchas razones para exportar. La historia o clásico de la exportación radica en la división internacional del trabajo. Ningún país puede producir todos los bienes que necesita. Debe fabricar productos que tengan ventajas para obtener productos que sean más difíciles o más caros de producir cuando los vendes.

En la actualidad, el primordial fundamento de las exportaciones es el veloz desarrollo de la tecnología. Si los empresarios eficaces no anhelan salir del mercado mundial, tienen que usar la tecnología más avanzada. Además no es solo una cuestión de

procesos de construcción -mejor maquinaria- sino de dirección. Una vez que se usa tecnología actualizada, la serie de producción se puede expandir; los precios y costos principalmente se disminuyen; empero mientras se incrementa el número de productos, se necesita descubrir un mercado más extenso para colocarlos.

e) Finalidad de la Exportación

Para Mercado (2000), el principal objetivo de la exportación es el aumento de las ganancias para el sector comercial de exportación, a la vez que ello conlleva a asegurar su continuo crecimiento.

Las tendencias mundiales impulsadas por el progreso tecnológico más que por principios filosóficos nos han sumergido en una situación de total interdependencia y liberalización comercial.

Una finalidad también puede ser la motivación por aprender nuevas formas de producir y vender un producto y obtener otros beneficios como son nuevas fuentes de fondos y mejor imagen en el propio mercado interno.

f) Factores de Éxito en la Exportación de productos:

Según Mercado (2000), los factores de éxito en la exportación son:

Identificar los mercados de exportación donde los productos brindan a los clientes las mejores oportunidades para obtener beneficios únicos.

Establezca metas comerciales precisas y utilice con precisión métodos de información convenientes para determinar la relación efectiva entre los resultados y las metas reales.

Elija el mejor socio comercial (por ejemplo, un representante de ventas en ese país).

Obtenga información comercial continua para establecer nuevos propósitos y determinar políticas futuras.

g) La decisión de exportar:

Mercado (2000), sostiene que un empresario o productor para tomar las decisiones de exportar tiene que estudiar todas las posibilidades que existe la necesidad de ingresar a un mercado más grande, proporcionado por mercados extranjeros.

Para el desarrollo del plan, la organización debería llevar a cabo con las condiciones de exportación, lo que es primordial, o sea, tiene las capacidades productivas, técnicas, económicas y administrativas elementales para consumir con los requisitos de producción en mercados internacionales.

h) Objetivos de la exportación

Según Comercio y Aduanas (2014), los objetivos de la exportación son:

La exportación permite obtener nuevas ideas, prácticas de gestión, métodos de competencia que son desconocidos por pertenecer al mercado interior. Esto también ha mejorado enormemente la capacidad de competir a nivel nacional.

En países extranjeros, puede aumentar la eficiencia y aumentar la productividad.

El sector exportador tiene mayor perspectiva de crecimiento, empleados altamente productivos y tienden a adoptar mejor tecnología más rápidamente para adaptarse a la técnica.

Aun si su mercado interno es limitado, debería considerar la posibilidad de exportar. Aproximadamente una cuarta parte de los nuevos exportadores nacen en todo el mundo.

Es posible construir una marca global a partir de una pequeña empresa local.

i) Importancia de exportar:

Castillo (2005), Los inicios de la exportación son los mismos que rigen la comercialización del mercado interno la diferencia radica en lo realizado que, en la exportación, se necesita tener en cuenta las implicancias del tráfico de las mercancías y más que nada en que las superficies del comprador y del abastecedor se encuentren sujetos a diversas reglamentación administrativa y seguramente, diferentes prácticas comerciales, lo cual implica que tenemos algunas precauciones.

Es fundamental que el crecimiento y la expansión de las pequeñas y medianas empresas no solo generen oportunidades de empleo temporal, sino que también brinden servicios de transferencia de tecnología, capacidad exportadora, creación de riqueza y competitividad del mercado, contribuyendo así al desarrollo económico regional.

1.4. Formulación del problema

¿En qué medida una propuesta de modelo asociativo para productores de maracuyá (*Passiflora edulis*) del distrito de Motupe permitirá la exportación de sus productos a Holanda 2015-2017?

1.5. Justificación e importancia

El actual estudio pretende desde el punto de vista teórico generar una reflexión sobre los conocimientos y difusión del producto en investigación el maracuyá (*Passiflora edulis*) para la exportación a Holanda, al mismo tiempo el enfoque asociativo busca el reconocimiento de la importancia estratégica del trabajo en equipo, por tanto, se podrá unir esfuerzos y mantener los mismos ideales.

Por otro lado, metodológicamente nuestra investigación pretende generar una buena estrategia sobre Asociatividad en el Distrito de Motupe con el único objetivo de brindar un conocimiento válido y confiable en el área de los negocios internacionales y servir como un marco referencial para pequeños productores y empresas del sector agrícola.

Por último, la finalidad del estudio consiste en formar sugerencias para establecer un modelo asociativo de productores de maracuyá del Distrito de Motupe, teniendo como justificación el desarrollo socioeconómico y ecológico de los pequeños productores.

1.5.1. En el aspecto económico

La producción de maracuyá del Distrito de Motupe, se verán favorecidos en el aspecto económico, reflejándose

en el aumento de sus ingresos, lo que garantizará en sus familias una mejor calidad de vida.

1.5.2. En el aspecto social

Con nuestra investigación queremos obtener beneficios, tales como: la obtención de economías de escala, una mayor representativa en los asociados, acceso a recursos del estado, mejoras en los métodos de información entre otros, ejemplos organizativos para otros grupos de agricultores.

1.5.3. En el aspecto ambiental

La investigación también se sustenta en la finalidad de mantener un desarrollo sostenible, manteniendo la calidad del producto, cuidando el medio ambiente, es decir el poder proveer las necesidades y demandas de los productores sin perjuicio de las necesidades de las generaciones futuras. Podemos decir que el limitado uso de pesticidas ambiente es una acción sensata que realiza el hombre para minimizar los daños a su medio ambiente.

1.6. Hipótesis

Prueba de hipótesis ji-cuadrada:

a) Planteamiento de hipótesis:

H_i: Si se propone una propuesta de modelo asociativo para los productores de maracuyá del distrito de Motupe, entonces permitirá la exportación de su producto a Holanda 2015-2017.

H0: Si se propone una propuesta de modelo asociativo para los productores de maracuyá del distrito de Motupe, entonces no permitirá la exportación de su producto a Holanda 2015-2017.

b) Nivel de significación:

Margen de Confiabilidad: $1 - \alpha = 0.95$

Margen de Error : $\alpha = 0.05$

c) Estadística de Prueba:

$$\chi^2 = \sum (F_0 - F_e)^2 / F_e, \quad gl = (\text{Filas}-1) (\text{Columnas}-1)$$

$$\chi^2 = Ji Cuadrada \quad Gl = (2-1) * (2-1) = 1$$

d) Datos y Cálculos:

Tabla 1
Frecuencia observada

| EXPORTACION DE MARACUYA | | | | |
|--------------------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| MODELO ASOCIATIVO | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
| CALIDAD DE VIDA ALTA | 0 | 4 | 23 | 27 |
| CALIDAD DE VIDA MEDIA | 1 | 39 | 7 | 47 |
| CALIDAD DE VIDA BAJA | 12 | 2 | 0 | 14 |
| TOTAL | 13 | 45 | 30 | 88 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2
Frecuencia esperada

| EXPORTACION DE MARACUYA | | | | |
|-------------------------|------|-------|-------|-------|
| MODELO ASOCIATIVO | Bajo | Medio | Alto | TOTAL |
| CALIDAD DE VIDA ALTA | Eij | Eij | Eij | |
| CALIDAD DE VIDA MEDIA | 3,99 | 13,81 | 9,20 | 27 |
| CALIDAD DE VIDA BAJA | 6,94 | 24,03 | 16,02 | 47 |
| TOTAL | 2,07 | 7,16 | 4,77 | 14 |
| MODELO ASOCIATIVO | 13 | 45 | 30 | 88 |

Fuente: Elaboración propia

Chi calculada:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^f \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$= \frac{(0 - 3.99)^2}{3.99} + \frac{(4 - 13.81)^2}{13.81} + \frac{(23 - 9.20)^2}{9.20} + \frac{(1 - 6.94)^2}{6.94} \\ + \frac{(39 - 24.03)^2}{24.03} + \frac{(7 - 16.02)^2}{16.02} + \frac{(12 - 2.07)^2}{2.07} \\ + \frac{(2 - 7.16)^2}{7.16} + \frac{(0 - 4.77)^2}{4.77}$$

$$\chi^2 c = 107.30$$

Chi Tabulada:

$$\alpha = 5\%$$

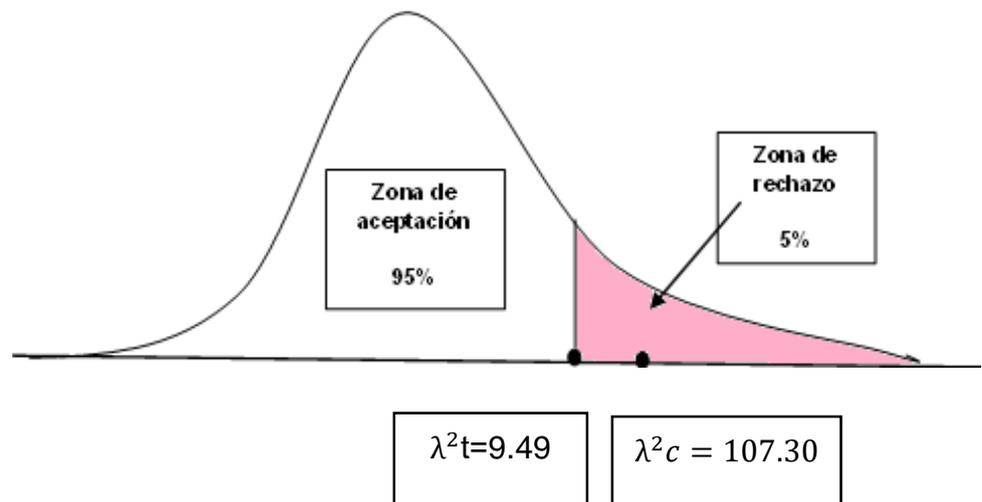
$$\Lambda^2(\text{tabulada}) = 9.49$$

Coeficiente de contingencia:

$$C = \sqrt{\frac{\lambda_c^2}{\lambda_c^2 + n}}$$

$$C = 74.12\%$$

e) Región de aceptación y rechazo:



f) Decisión

$$\lambda^2_c > \lambda^2_t \text{ Es decir } 107.30 > 9.49.$$

Entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis de investigación.

g) Conclusión

En conclusión, aceptamos con un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error, que, si se Propone una propuesta de modelo asociativo para los productores de maracuyá del distrito de Motupe, entonces permitirá la exportación de su producto a Holanda 2015-2017.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Elaborar una propuesta de modelo asociativo para productores de maracuyá (*Passiflora edulis*) del distrito de Motupe para la exportación de su producto a Holanda 2015-2017.

1.7.2. Objetivos específicos

Conocer la situación actual de los productores de maracuyá en el Distrito de Motupe.

Evaluar el nivel de producción de los productores de maracuyá del Distrito de Motupe.

Identificar la capacidad de gestión de los productores no asociados para la exportación de su producto.

Analizar las exportaciones de maracuyá a nivel nacional y del Distrito de Motupe para la demanda del producto.

1.8. Limitaciones de la Investigación

Para la realización de nuestra investigación se tuvo ciertas limitaciones como:

1.8.1. Limitaciones de Información

Las limitaciones de esta investigación están dadas principalmente por la falta de antecedentes locales respecto a las variables de la investigación.

1.8.2. Limitaciones de tiempo

El presente estudio cuenta con muy poco tiempo de realización debido que las exigencias de los otros cursos en la carrera, no permiten dedicación exclusiva a la investigación.

1.8.3. Limitaciones económicas

La presente investigación no cuenta con el apoyo necesario y por lo tanto es solventada en forma directa por los autores del estudio.

1.9. Definición de términos básicos

- a) Comercialización:** "Serie de servicios que intervienen en el proceso de transferencia del producto desde la producción al consumo" (Kotler, 1995).
- b) Competitividad:** Mantener y aumentar la capacidad de participación en el mercado internacional. (Porter, 1990).
- c) Globalización:** "Esto se debe al aumento en el número y tipos de transacciones de bienes y servicios, el flujo de capital internacional y la expansión acelerada de la tecnología en todo el mundo". (Fondo Monetario Internacional, 2010).
- d) Propuesta:** Es una oferta o invitación hecha por alguien a otra persona u otras personas para lograr un objetivo, y puede ser un negocio, idea, relación interpersonal, proyecto de trabajo o educación, entretenimiento, etc.

- e) **Logística:** "Gestionar estratégicamente el movimiento y almacenamiento de materiales, piezas y productos terminados, el proceso de distribución y transporte del proveedor a la empresa y de la empresa al cliente" Bowersox, 2007).

- f) **Producto o mercancía:** Pueden ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (Bowersox, 2007).

- g) **Barreras Arancelarias:** El importador y exportador debe pagar en la aduana de un país (impuesto) constituye la principal barrera para el comercio exterior (Alfonso, 2001).

- h) **Barreras No Arancelarias:** Pueden ser no arancelarias y se utilizan con la finalidad de proteger la industria nacional de competidores externos (Alfonso, 2001).

1.10. Delimitación de la investigación

El estudio se realizó en la zona de Motupe de la provincia de Lambayeque. La indagación duró nueve meses desde abril del año 2015 hasta diciembre del año 2015.

CAPÍTULO II: MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación

2.1.1. Tipo de investigación

Esta investigación adopta un método cuantitativo porque acepta la realidad que se puede controlar y concretar, intenta contrastar hipótesis y trata de lograr la objetividad a través de sus principales medios (es decir, la medición y el cálculo), y trata de medir las variables haciendo referencia a su tamaño. Estrategia, basada en la sistematización, el uso de números y estadísticas. (Niño, 2011).

Según el fin que se persigue

La presente investigación según el fin que persigue es Aplicada, porque desea investigar obteniendo una libre investigación, porque se ha analizado y han establecido problemas y nuevos estándares para poder dar respuesta a las causas.

Según su nivel de alcance

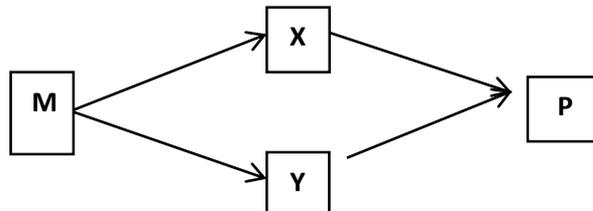
Según su nivel de alcance es descriptivo porque se encargará de indicar el estado actual de los productores en cuanto a las deficiencias y limitaciones de la industria, así como su comprensión de los factores de éxito en la implementación del modelo asociado en Motupe.

2.1.2. Diseño de la investigación

El tipo de diseño es no experimental y transversal.

En el diseño no experimental, ¿por qué no abordar la información obtenida de las variables de investigación? En esta investigación se puede observar la ocurrencia de fenómenos en el medio natural para examinarlos.

Es transversal por que los datos han sido recolectados en un solo momento y en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra de estudio

X = Modelo Asociativo

Y = Diseño

P = Propuesta

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

El Distrito de Motupe no cuenta con un padrón de productores de maracuyá (*Passiflora Edulis*), ya que solo se registran temporalmente para ciertas actividades como riego o entrega de agua. Es por ello que se visitó a la comisión de regantes quienes nos dieron datos aproximados.

La población de estudio está representada por los productores de maracuyá del Distrito de Motupe que son un total de 150 productores no asociados.

(Fuente: El Ministerio de Agricultura y la Comisión de regantes del Distrito de Motupe, 2015).

Tabla 3
Población de productores de Motupe por sectores

| Sector | Fi | % |
|-----------------|-----|--------|
| Tongorrape | 34 | 16.00 |
| Valle de Motupe | 80 | 29.00 |
| Motupe | 150 | 55.00 |
| Total | 275 | 100.00 |

$$N = 150$$

$$F=0.58$$

En el cuadro de población de productores de Motupe por sectores identificamos a nuestra población y total de encuestados del sector Motupe los cuales serían 88 los encuestados.

2.2.2 Muestra

Muestra probabilística: Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra ya que nos asegurará la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables.

Muestreo aleatorio simple: Es la modalidad de muestreo más conocida que alcanza mayor rigor científico y garantiza la equiprobabilidad de elección de cualquier elemento, que en este caso se seleccionará a los pequeños productores de maracuyá (pasiflora Edulis) del Distrito de Motupe.

La muestra fue extraída de la población de 150 productores de maracuyá del Distrito de Motupe.

**La fórmula para calcular la muestra de la población del
Distrito de Motupe.**

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

N = total de la población

Z = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso = 0.5)

q = 1-p (en este caso 1- 0.05 = 0.95)

e = precisión (en una investigación use un 7%).

| | |
|-----|------|
| N = | 150 |
| Z = | 1.96 |
| p = | 0.5 |
| q = | 0.5 |
| e = | 0.07 |

Desarrollando la Formula

$$n = \frac{150 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.05}{0.07^2(150 - 1) + (0.05 \times 0.05 \times 1.96^2)}$$

$$n = 88$$

2.3. Variables y operacionalización

Variable independiente (X): Modelo Asociativo.

Variable dependiente (Y): Exportación.

Variable interviniente: Barreras de capacitación.

Conflictos entre productores.

Falta de apoyo por el gobierno.

2.3.1. Operacionalización de variables

Tabla 4

Operacionalización de variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEM |
|---|--|----------------------------|--|--|
| VARIABLE INDEPENDIENTE: MODELO ASOCIATIVO | Conjunto de acciones y tareas que se realizan con el fin de obtener y organizar los recursos necesarios que va a permitir el logro de los objetivos trazados en el proyecto asociativo | Organización asociativa | Formalización de la asociación | Ítem1, Ítem2, ítem3, ítem16, ítem17, ítem18. |
| | | | Organigrama y funciones de la asociación | |
| | | | Certificaciones | |
| | | Producción de Maracuyá | Nivel tecnológico de producción | |
| | | | Rendimientos | |
| | | | Costos de producción | |
| VARIABLE DEPENDIENTE: EXPORTACION | Es el proceso de analizar las estadísticas de las exportaciones de maracuyá nacionales y de la asociación en estudio | Exportaciones nacionales | Exportaciones en FOB y volumen | Ítem4, ítem5, ítem6, ítem7, ítem8, ítem9, ítem10, ítem11, ítem12, ítem13, ítem14, ítem15, ítem19, ítem20 |
| | | | Estacionalidad | |
| | | | Precios FOB | |
| | | | País destino | |
| | | | Empresas exportadoras | |
| | | Logística para Exportación | Requisitos para exportar a Holanda | |
| | | | Logística para exportación | |

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Métodos- Procedimientos de investigación.

En la “Propuesta para establecer un modelo de asociación para productores de Maracuyá (*Passiflora edulis*) de 2015 a 2017 cuando Motupe exporta a Holanda” en este estudio, se aplicaron los siguientes métodos para obtener resultados confiables.

Deductivo: Nuestro estudio está conformado por dos temas diferentes que es Modelo Asociativo y Exportación para ello partiremos de estos conceptos para lograr una continuidad en el desarrollo de este proyecto.

Inductivo: Porque se determinará las etapas de nuestras variables: Modelo Asociativo y exportación, para la elaboración de unas adecuadas sugerencias para establecer un modelo asociativo de productores de maracuyá en Motupe.

Analítico: Para nuestro estudio de investigación utilizaremos el método analítico, porque presenta dos variables que conforman nuestro problema para ello se aplicará a base de métodos, técnicas y medios de recolección información adecuada para poder dar una solución a cada una de ellas.

Sintético: Porque se realizará una exhausta investigación de información acerca de nuestro objeto de estudio para poder diseñar un adecuada Propuesta de modelo Asociativo para los productores de maracuyá del Distrito de Motupe.

2.4.2. Técnicas de recolección de datos.

Encuesta:

Se diseñará una serie de preguntas para una muestra representativa para conocer las opiniones, actitudes y comportamientos de los productores de *Passiflora edulis* en Motupe, la cual se llevará a cabo con la participación de los colaboradores logrando así resultados exactos.

2.4.3. Instrumentos de recolección de datos

El cuestionario. Consiste en un conjunto de preguntas cuya finalidad es obtener información sobre las variables estudiadas. Por qué permitirá llegar a un mayor de número de participantes y facilitará el análisis de la información.

2.5. Procedimiento de análisis de datos

Para el presente estudio actual, utilizará, la “Encuesta”, como técnica cuantitativa para recolectar información procedente de los productores de maracuyá (*Passiflora Edulis*), del Distrito de Motupe, respecto a un modelo asociativo y exportación.

La encuesta es una herramienta indispensable en el desarrollo de en las circunstancias actuales, es necesario utilizar métodos cuantitativos para realizar encuestas. Las ventajas son: la objetividad de la recolección de información, el procesamiento estadístico de la información y la ejecución de procedimientos de razonamiento. A estas ventajas habría que añadir la forma en que se obtiene estos datos, es decir, el método de recolección.

2.5.1. Plan de análisis estadístico de datos

Para nuestra información presentaremos un análisis de datos donde utilizaremos el programa de Microsoft Excel 2010, con el fin de tabular los resultados obtenidos a través de la encuesta, de manera que se pueda determinar la aceptabilidad y confianza del servicio.

2.6. Aspectos éticos

Esta investigación tiene los siguientes estándares éticos:

2.6.1. Confidencialidad

Presentamos información relevante al proyecto en investigación, es decir se examinó investigaciones anteriores con una temática similar la cual nos ayudara en dar confianza a nuestro proyecto.

2.6.2. Credibilidad de resultados

El grado en que un investigador aproxima los hallazgos de un fenómeno que el investigador ha observado de manera veraz; por lo tanto, la información obtenida no es inventada ni manipulada.

2.6.3. Objetivos

Los hallazgos se analizarán con base en estándares técnicos y justos.

Lo que dijo el entrevistado será grabado y no será influenciado por el entrevistado.

2.6.4. Originalidad

Se citará la fuente bibliográfica de la información lograda y exhibida para acreditar que no existe hurto intelectual.

2.6.5. Variabilidad

La información mostrada será viable y habrá confiabilidad en la información.

2.7. Criterios de rigor científico

2.7.1. Valor de verdad

Tiene validez interna y se muestra una igualdad en los datos recogidos sobre la situación problemática como en la encuesta hecha a los productores.

2.7.2. Aplicabilidad

Tiene validez externa y es aplicable a otras investigaciones relacionadas al modelo asociativo y exportación.

2.7.3. Consistencia

Tiene la confiabilidad interna y alta confianza de las herramientas relacionadas con indicadores variables.

2.7.4. Neutralidad

Tiene la finalidad y el estudio se llevarán a cabo de forma independiente sin afectar las opiniones del indagador.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

Se realizó encuestas a los fabricantes de maracuyá del distrito de Motupe, para conocer la situación actual de los productores y establecer el nivel de capacidad de producción y exportación de sus productos al mercado de Holanda.

3.3.1. Situación actual de los productores de maracuyá en el distrito de Motupe

Tabla 4

Sexo de los productores encuestados

| Sexo | Nº | % |
|------------------|-----------|-------------|
| Masculino | 84 | 95% |
| Femenino | 4 | 5% |
| Total | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

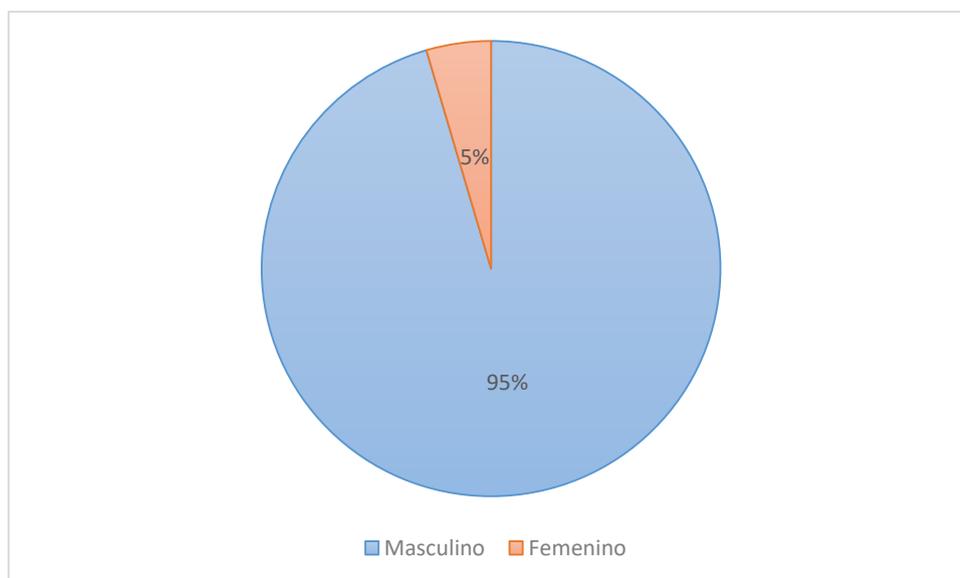


Figura 2: Sexo de los productores encuestados

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según tabla N° 5 y grafico N° 2 nos señala que, de los 88 productores encuestados, el 95% son hombres y el 5% son mujeres

Tabla 5

Edad de los productores encuestados

| Edad | Nº | % |
|----------------------|-----------|-------------|
| 25 a 45 años | 14 | 16% |
| 45 a 65 años | 39 | 44% |
| 65 años a mas | 35 | 40% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

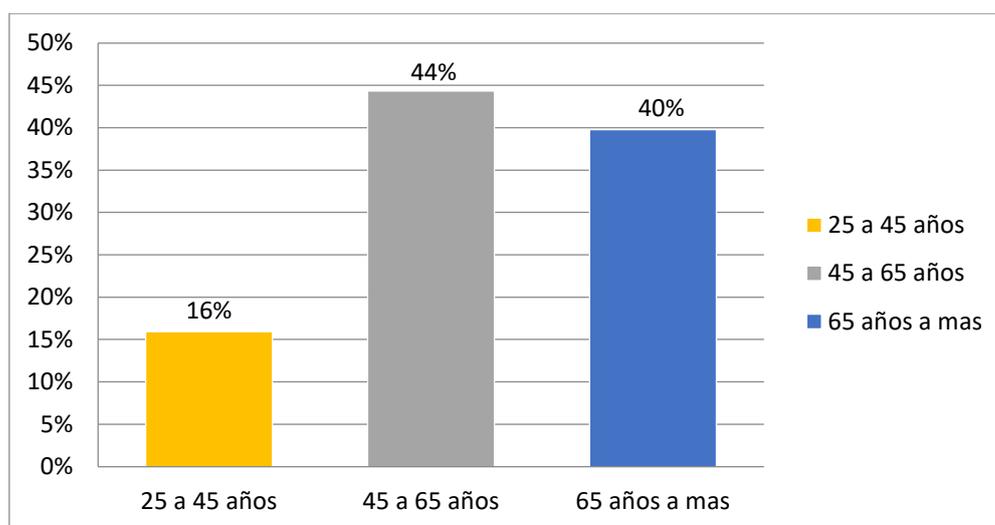


Figura 3: Edad de los productores encuestados

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según tabla N° 6 y grafico N° 3 nos señala que la edad que oscilaba los encuestados era un 44%entre (45 - 65) años seguido del 40% entre (65 años a mas) y un 16% entre (25 - 45) años.

Tabla 6

Tiempo dedicado a la actividad agrícola

| Rango de tiempo | Nº | % |
|-----------------|-----------|-------------|
| 0 a 5 años | 18 | 20% |
| 10 años a mas | 42 | 48% |
| 5 a 10 años | 28 | 32% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

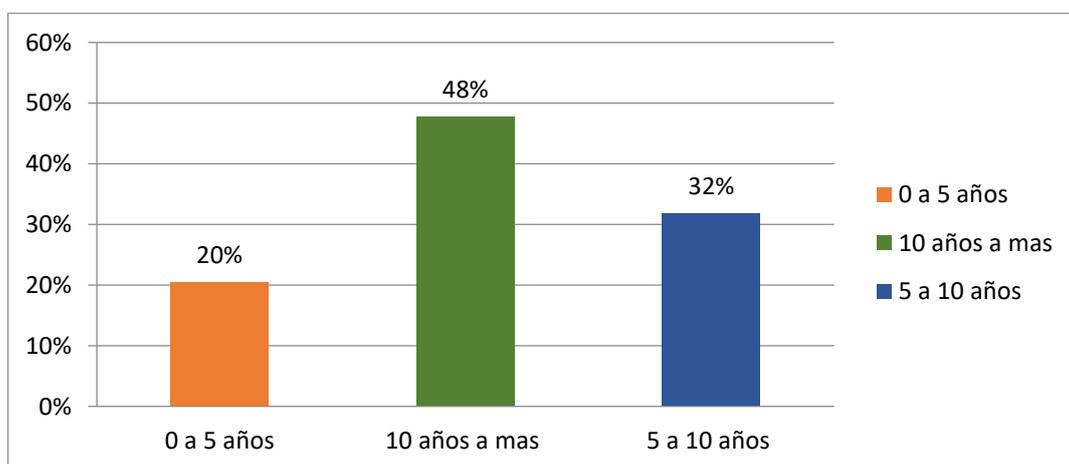


Figura 4: Tiempo dedicado a la actividad agrícola

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según tabla N° 7 y gráfico N° 4 el 48% de los productores encuestados indican estar dedicados a la Actividad Agrícola por más de 10 años, el 32% indican estar en esta actividad entre 5 años, pero el 20 % nos indican que aún están empezando en esta actividad con un tiempo de 0-5 años

Tabla 7

Porcentaje de productores que pertenecen a una asociación

| Respuesta | Nº | % |
|------------------|-----------|-------------|
| SI | 20 | 23% |
| NO | 68 | 77% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

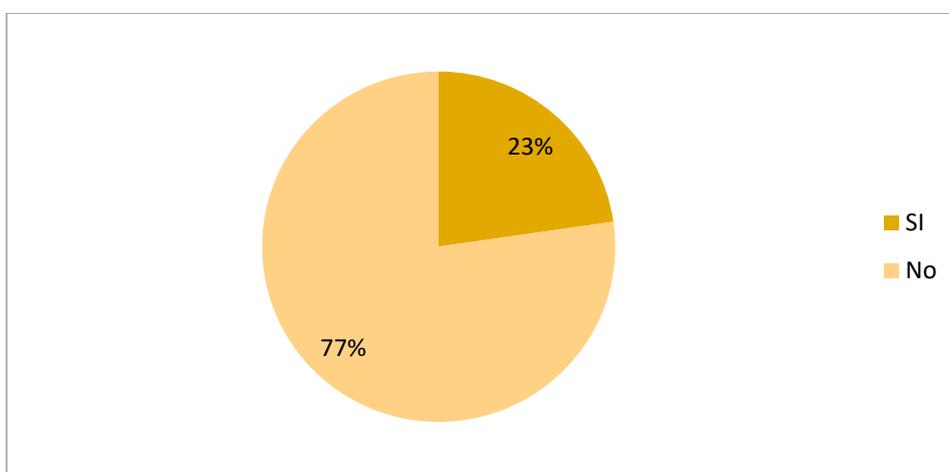


Figura 5: Porcentaje de productores que pertenecen a una asociación

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según tabla N° 8 y gráfico N° 5 el 77% de los productores encuestados indica no pertenecer a ninguna asociación, y solo el 23 % indica estar incorporada a una asociación.

Tabla 8

Número de hectáreas que poseen los productores

| Rango | Nº | % |
|--------------|-----------|-------------|
| 0 a 5 ha. | 19 | 22% |
| 10 ha a mas | 37 | 42% |
| 5 a 10 ha. | 32 | 36% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

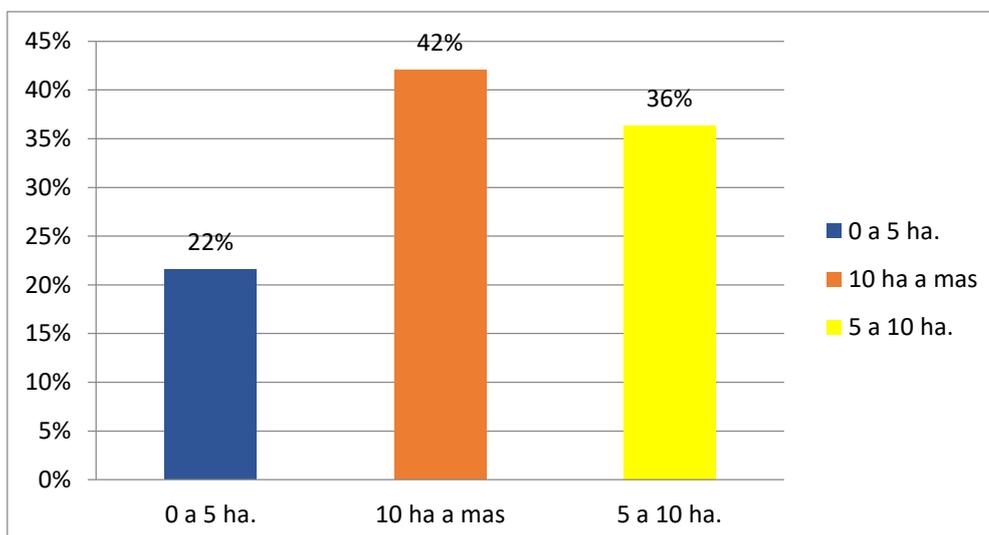


Figura 6: Número de hectáreas que poseen los productores

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Interpretación:

Según la tabla N° 9 y gráfico N° 6 el 42% de los productores encuestados indican tener entre 10 a más hectáreas, el 36% de 5 a 10 y solo el 22% corresponde a personas que solo tienen de 0 - 5 hectáreas de terreno de cultivo.

Tabla 9

Cultivos que siembran actualmente

| Cultivos | Nº | % |
|--------------------------------|-----------|-------------|
| Maracuyá | 53 | 60% |
| Maracuyá y Mango | 15 | 18% |
| Maracuyá, Mango y Palta | 20 | 22% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

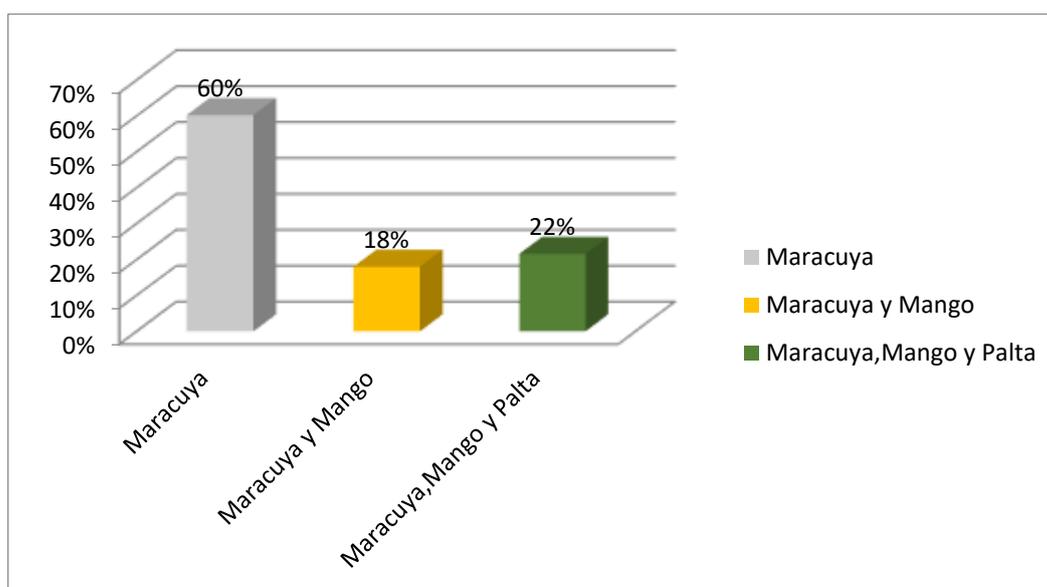


Figura 7: Cultivos que siembran actualmente

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 10 y el gráfico N° 7 el 60% de los productores encuestados siembra solo maracuyá, el 18% siembra maracuyá mango y el 22% siembra maracuyá, mango y palta.

Tabla 10

Numero de productores que reciben asistencia técnica o capacitación

| Respuesta | Nº | % |
|------------------|-----------|-------------|
| SI | 40 | 45% |
| NO | 48 | 55% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

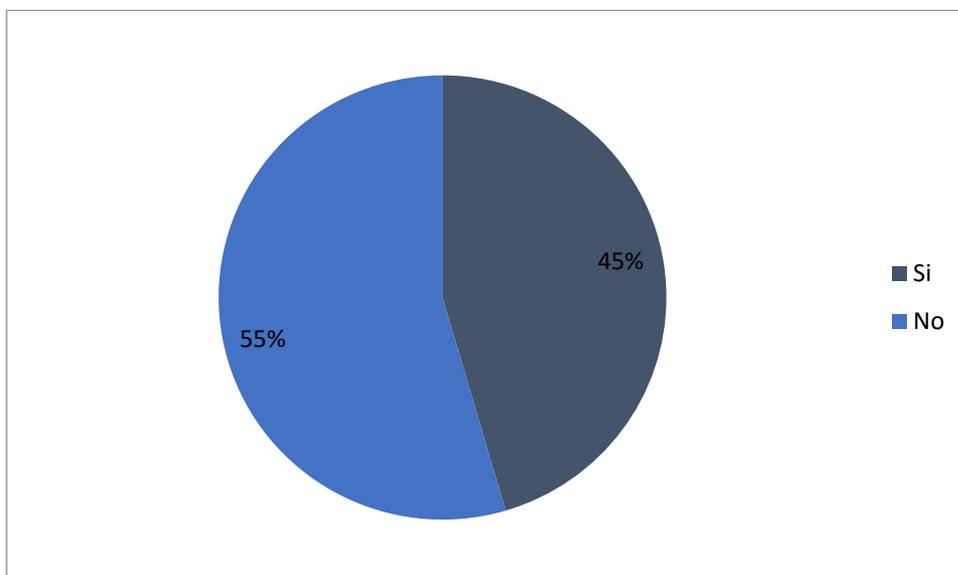


Figura 8: Numero de productores que reciben asistencia técnica o capacitación

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015

Elaboración propia

Interpretación:

Según la tabla N° 11 y el grafico N° 8 el 45% si sabe y ha recibido una asistencia técnica o capacitación, el 55% desconocer de ello.

Tabla 11

Opinión de los productores para formar parte de una asociación

| Respuesta | Nº | % |
|------------------|-----------|----------|
| SI | 69 | 78% |
| NO | 19 | 22% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

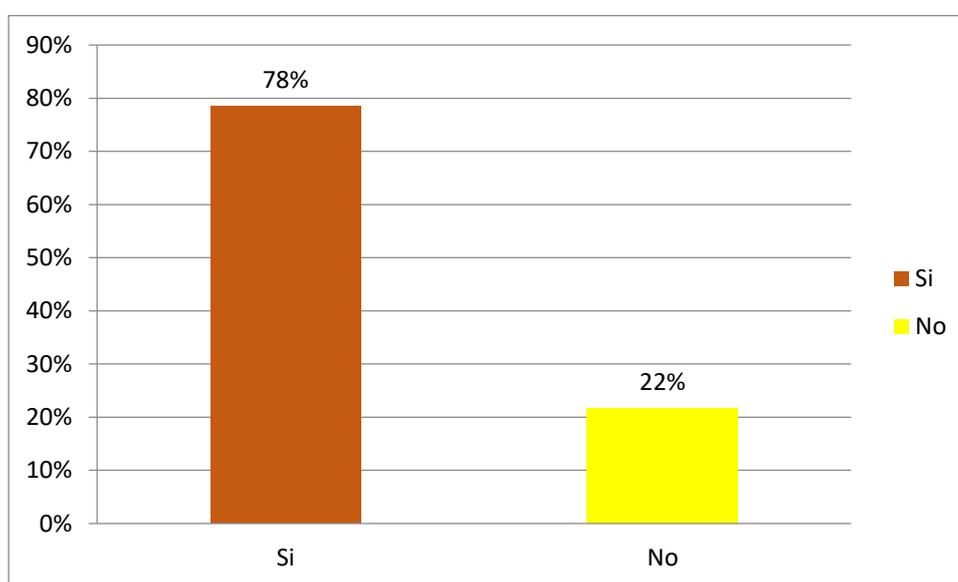


Figura 9: Opinión de los productores para formar parte de una asociación

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 12 y el grafico N° 9 el 78% está de acuerdo en asociarse y solo el 22% está en desacuerdo.

3.1.2. Nivel de producción de los productores de maracuyá del distrito de Motupe

Tabla 12

Número de hectáreas sembrada con maracuyá

| Rango | Nº | % |
|--------------|-----------|-------------|
| 0 a 5 ha. | 38 | 43% |
| 10 ha a mas | 14 | 16% |
| 5 a 10 ha. | 36 | 41% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada - Septiembre 2015
Elaboración propia

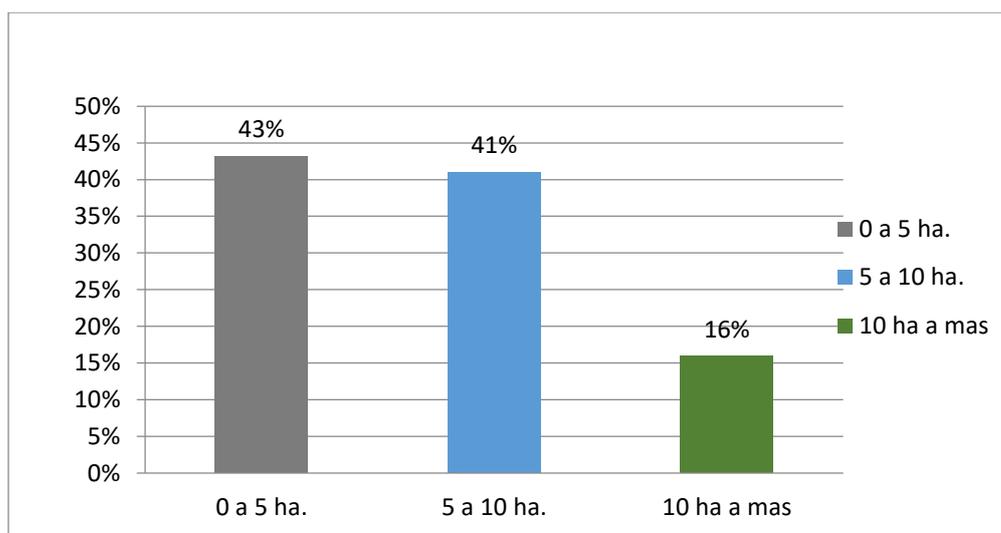


Figura 10: Número de hectáreas sembradas con maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según tabla N° 13 y gráfico N° 10 un 43% de los productores encuestados manifiesta tener entre 0-5 hectáreas sembradas de maracuyá, mientras el 41% indica tener entre 5 a 10 ha de maracuyá y el 16% entre 10 ha a más.

Tabla 13

Número de certificaciones de los cultivos

| ¿Cuántas certificaciones poseen sus cultivos? | Nº | % |
|--|-----------|-------------|
| 1 a 2 | 7 | 8% |
| Ninguna | 81 | 92% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

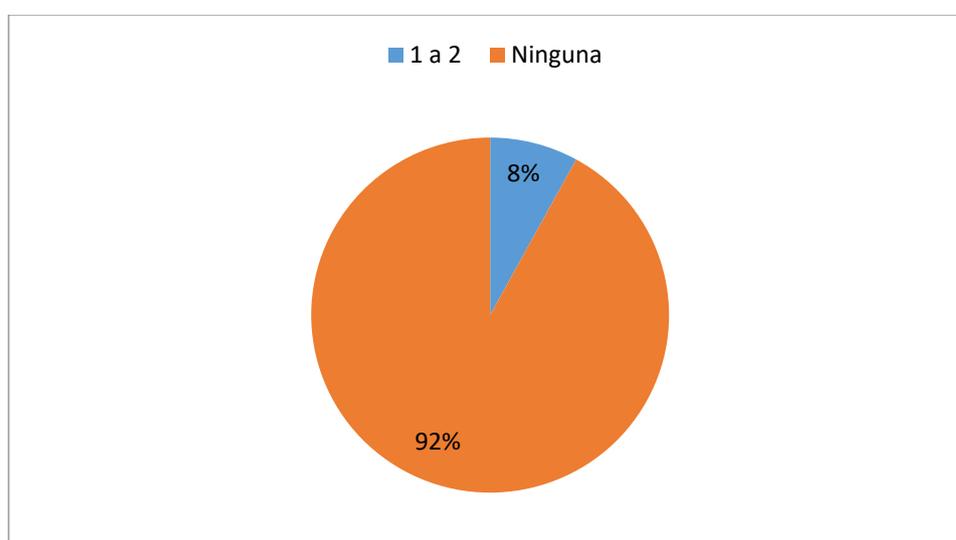


Figura 11: Número de certificaciones de los cultivos

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Interpretación:

Según tabla N° 14 y gráfico N° 11 el 8% de la población cuenta con certificación para su producto y el 92% desconoce de ello.

Tabla 14

Uso de maquinaria en la producción de maracuyá

| Respuesta | Nº | % |
|--------------|-----------|-------------|
| SI | 82 | 93% |
| NO | 6 | 7% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

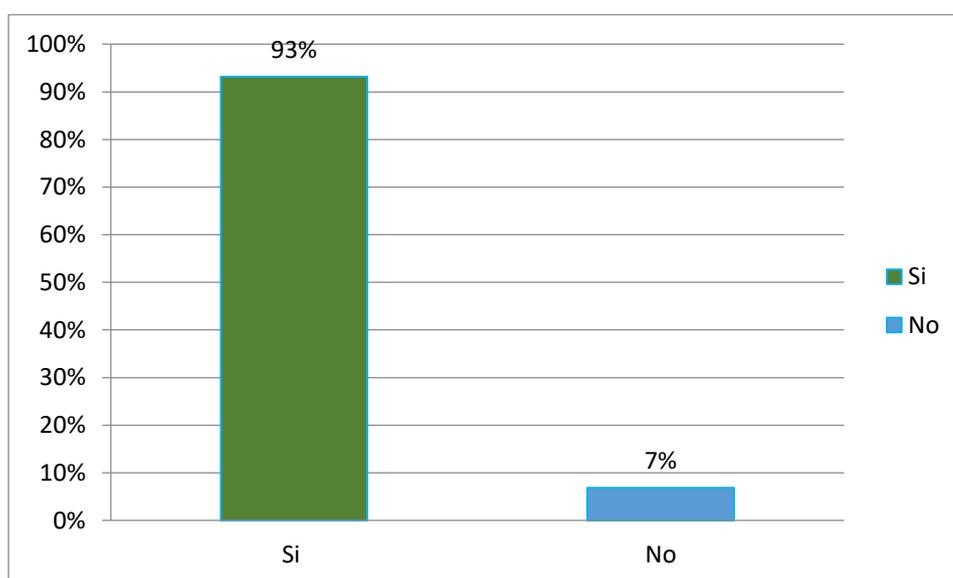


Figura 12: Uso de maquinaria en la producción de maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según tabla N° 15 y grafico N° 12, de los productores encuestados solo el 7% no usa maquinaria para la producción de maracuyá y el 93% son los más eficientes en la producción puesto que si usan esta herramienta

Tabla 15

Costo de producción aproximado por kilo de maracuyá

| Costo | Nº | % |
|---------------------|-----------|-------------|
| 40 cent. A 50 cent | 73 | 83% |
| 60 cent. A 80 cent. | 14 | 16% |
| 80 cent. A mas | 1 | 1% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

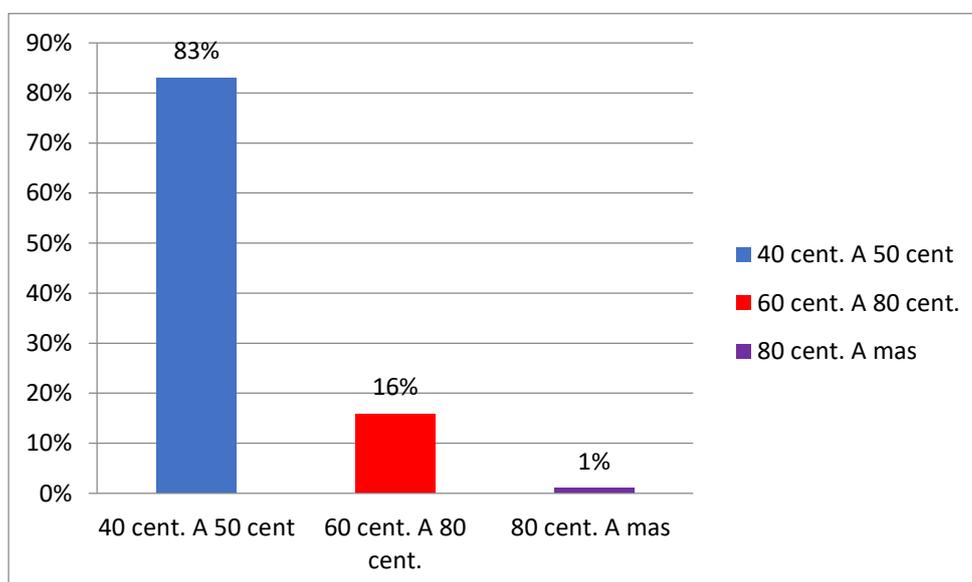


Figura 13: Costo de producción aproximado por kilo de maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Interpretación:

Según tabla N° 16 y gráfico N° 13 el 83% de los productores encuestados tiene un costo de producción entre 0.40 - 0.50 céntimos el kilo, el 16% entren 0.60 – 0.80 céntimos el kilo y el 1% de los productores entre 0.80 céntimos a más.

Tabla 16

Rendimiento por campaña de maracuyá

| Kilogramos | Nº | % |
|-------------------|-----------|-------------|
| 10,000 - 15000 | 38 | 43% |
| 15000 - 20000 | 37 | 42% |
| 20,000 - 25,000 | 13 | 15% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

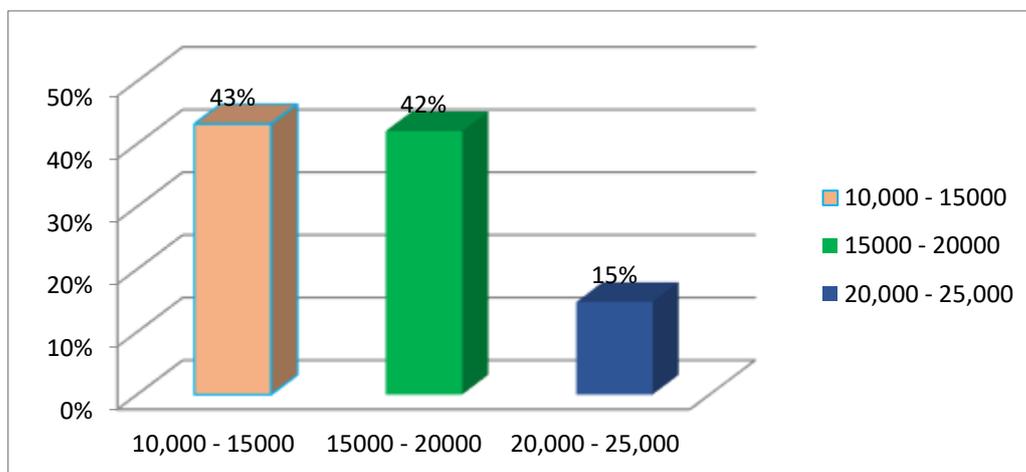


Figura 14: Rendimiento por campaña de maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 17 y el gráfico N° 14, el 43% de los productores obtiene un rendimiento entre 10,000 – 15,000, el 42% tiene un rendimiento de 15,000 – 20,000 solo el 15% de la población entre 20,000 – 25,000.

Tabla 17

Uso de pesticidas en la producción de maracuyá

| ¿Utiliza usted algún tipo de pesticidas para producción de maracuyá? | Nº | % |
|---|-----------|-------------|
| SI | 76 | 86% |
| NO | 12 | 14% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

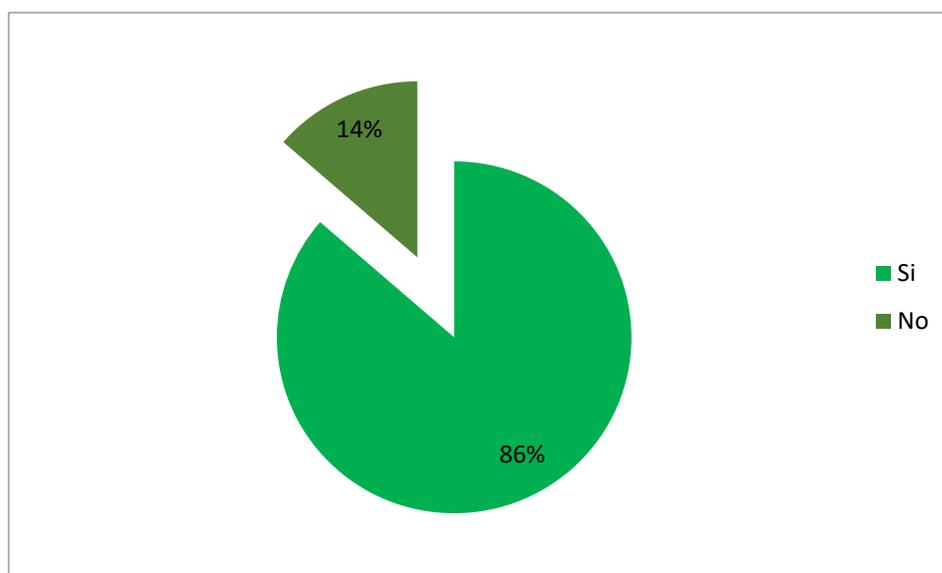


Figura 15: Uso de pesticidas en la producción de maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 18 y el gráfico N° 15 el 86% informó que si usan pesticidas y un 14% indica que no.

Tabla 18

Conocimiento de uso adecuado de pesticidas permitidos

| Respuesta | Nº | % |
|------------------|-----------|-------------|
| SI | 49 | 56% |
| NO | 39 | 44% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

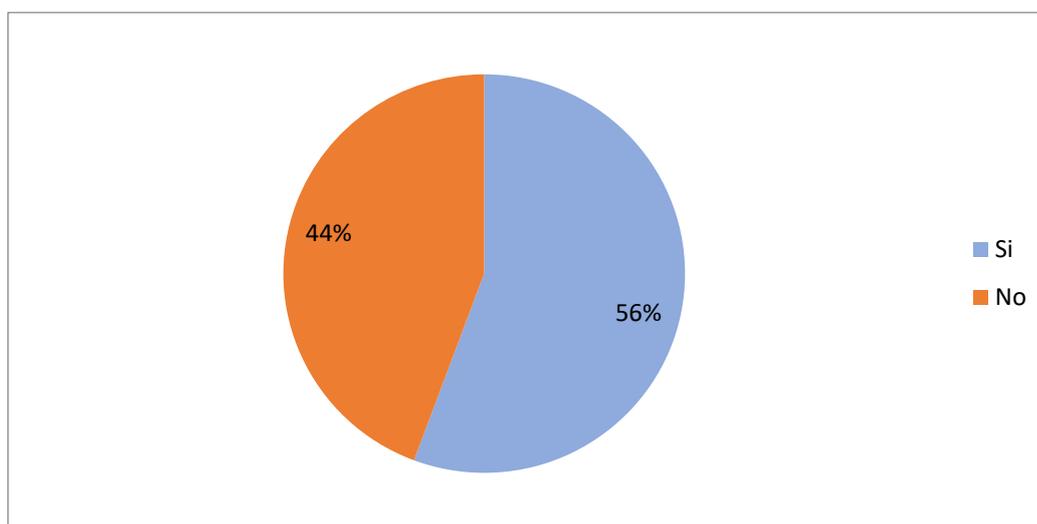


Figura 16: Conocimiento de uso adecuado de pesticidas permitidos

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 19 y el gráfico N° 16 el 56% de los productores encuestados indica tener conocimiento sobre el uso adecuado de los pesticidas y sobre todo de los pesticidas permitidos para la producción de maracuyá y el 44% de los productores no conoce estos temas.

Tabla 19

Conocimiento de los niveles permitidos de los pesticidas

| Respuesta | Nº | % |
|------------------|-----------|-------------|
| Si | 33 | 38% |
| No | 55 | 63% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

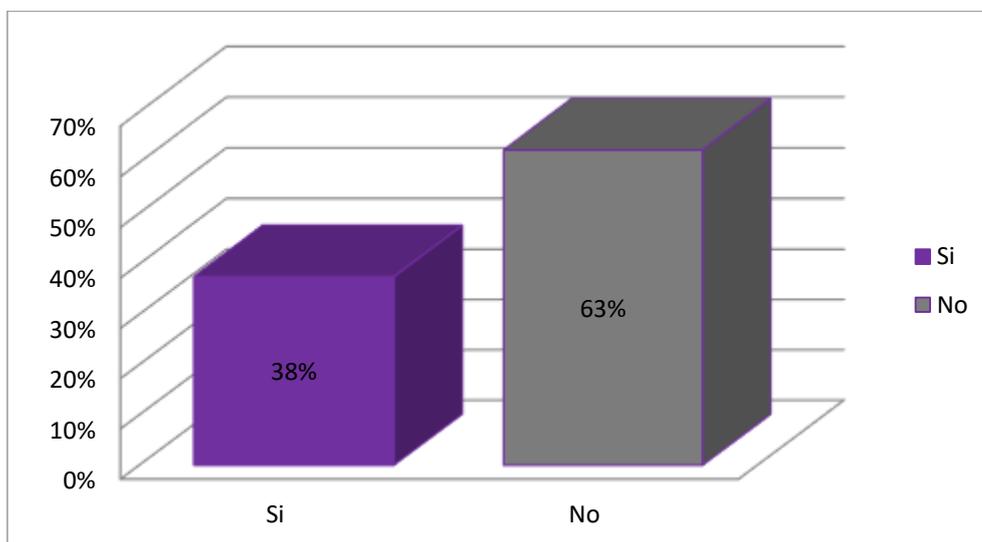


Figura 17: Conocimiento de los niveles permitidos de los pesticidas

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 20 y el gráfico N° 17 se obtuvo como resultado que el 38% de los productores conoce sobre los niveles permitidos de los pesticidas. Y el 63% desconoce sobre los niveles permitidos de pesticidas.

3.1.3. Capacidad de gestión de los productores para la exportación de su producto

Tabla 20

Compradores de la producción de los productores de maracuyá

| Comprador | Nº | % |
|------------------|-----------|-------------|
| Acopiador | 86 | 98% |
| Agro exportadora | 2 | 2% |
| Total | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

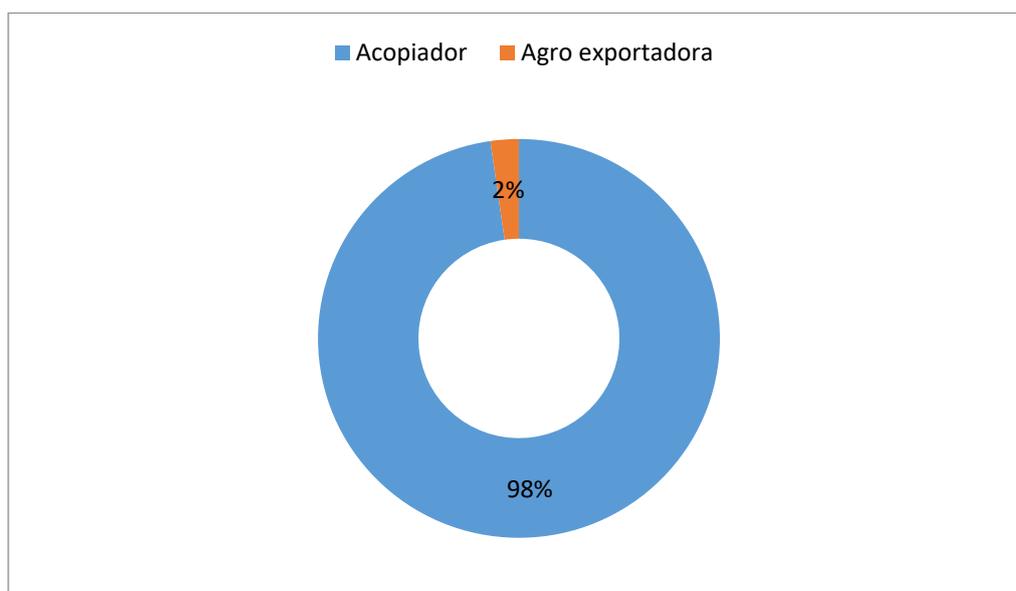


Figura 18: Compradores de la producción de los productores de maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según tabla N° 21 y gráfico N° 18 el 98% de los productores le vende a un acopiador y solo el 2% vende su producto a una empresa agro exportadora.

Tabla 21

Conocimiento de las exigencias del mercado exterior para exportar maracuyá

| Repuesta | Nº | % |
|-----------------|-----------|-------------|
| SI | 25 | 28% |
| NO | 63 | 72% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

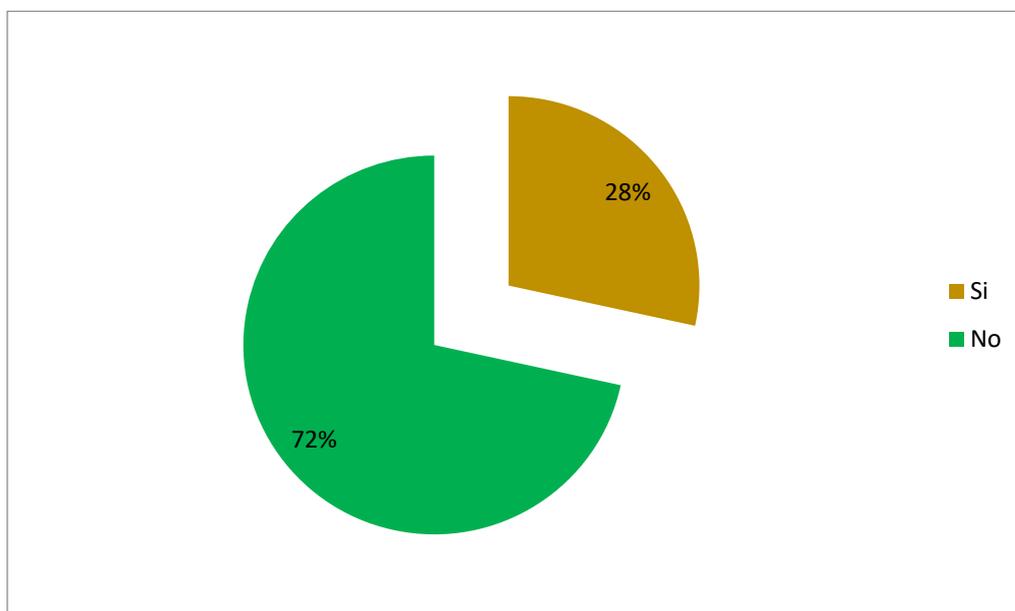


Figura 19: Conocimiento de las exigencias del mercado exterior para exportar maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 22 y el gráfico N° 19 el 72% de los productores encuestados indica que no conocen las exigencias del mercado exterior para poder exportar su producto. Mientras un 28% nos comentó que si conocían algunas exigencias del mercado exterior.

Tabla 22

Opinión de recibir o no información para exportar maracuyá

| Respuesta | Nº | % |
|------------------|-----------|-------------|
| Si | 88 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| Total | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015

Elaboración: Propia

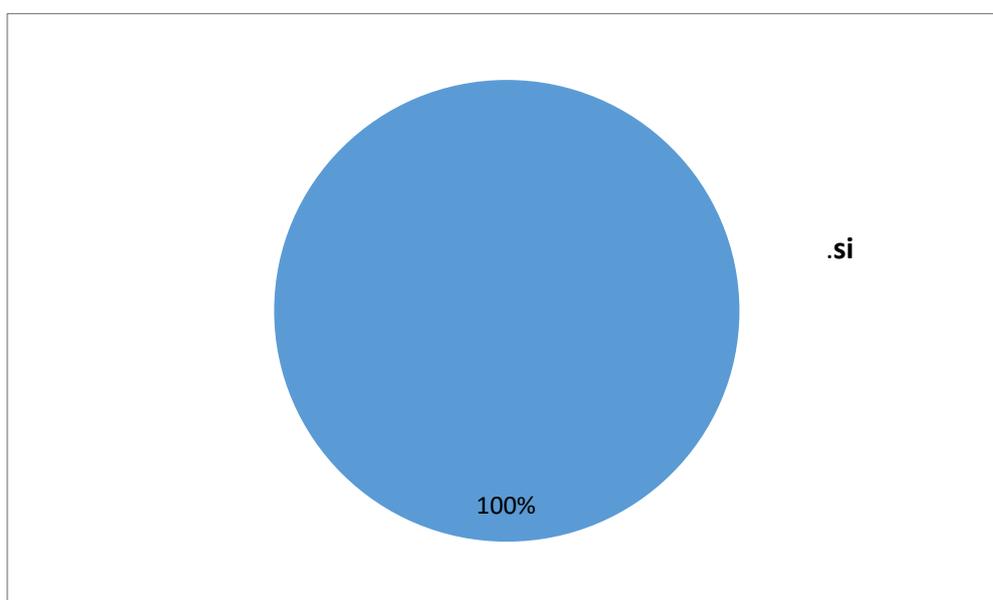


Figura 20: Opinión de recibir o no información para exportar maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015

Elaboración propia

Según la tabla N° 23 y el gráfico N° 20 para el 88 (100%) del total de encuestado nos indica que si les gustaría recibir información de cómo poder exportar sus productos al mercado exterior y que estos sean conocidos.

Tabla 23

Opinión de asociarse para exportar maracuyá

| Respuesta | Nº | % |
|--------------------|-----------|-------------|
| Buena | 68 | 77% |
| No es bueno | 20 | 23% |
| Total | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

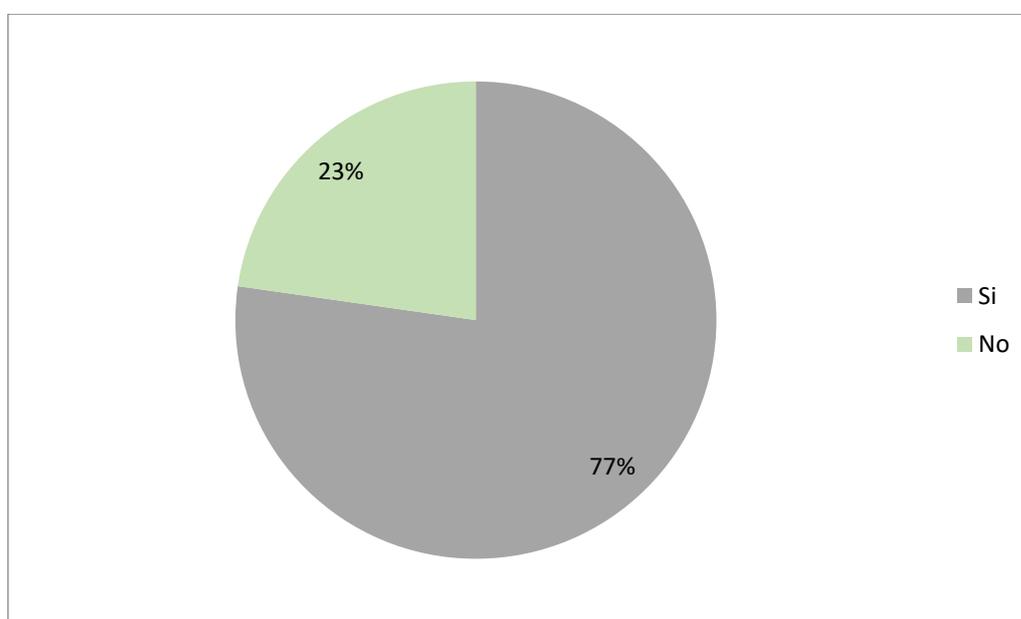


Figura 21: Opinión de asociarse para exportar maracuyá

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Según la tabla N° 24 y el gráfico N° 21 señala que el 77% opinan que es bueno asociarse, mientras un 23% opinan que no es bueno

Tabla 24

Opinión de la asociatividad en beneficio de los productores

| Respuesta | Nº | % |
|--------------|-----------|-------------|
| Bueno | 36 | 41% |
| Excelente | 22 | 25% |
| Malo | 8 | 9% |
| Regular | 22 | 25% |
| TOTAL | 88 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

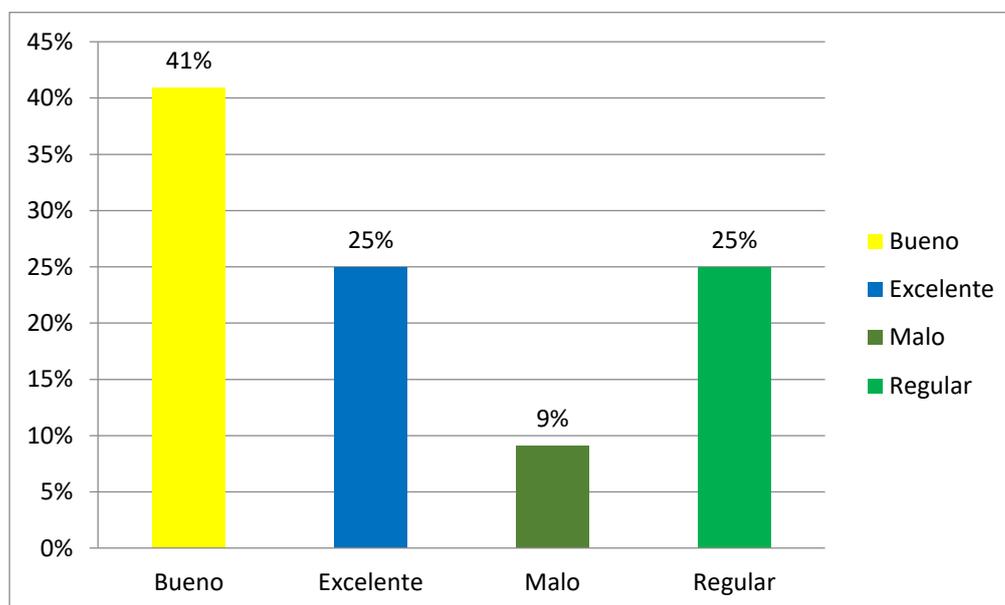


Figura 22: Opinión de la asociatividad en beneficio de los productores

Fuente: Encuesta aplicada – Septiembre 2015
Elaboración propia

Interpretación:

Según la tabla N° 25 y el grafico N° 22 el 41% de los encuestados señala que la asociatividad representaría algo bueno para los productores, el 25% indica que sería un mecanismo excelente, otro 25% manifiesta que sería regular y el 9% de productores opinan que sería algo malo.

3.1.4. Exportación de maracuyá a nivel nacional

Las exportaciones nacionales de maracuyá se presentan en tres modalidades: fruta fresca, jugo y pulpa concentrada. Por ello, se elaboró un cuadro estadístico de 2010 a 2014.

3.1.4.1. Jugo de maracuyá

Tabla 25

Evolución de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017

| Año | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* | 2016* | 2017* | Var % 13-14 |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------------|
| FOB US\$ | 28,990,563 | 25,430,494 | 25,469,413 | 30,443,017 | 38,068,451 | 36,630,877 | 38,947,707 | 41,264,537 | 25 |
| Peso (Lt) | 8,987,657 | 10,976,758 | 8,085,184 | 5,493,787 | 7,718,325 | 5,845,851 | 5,043,688 | 4,241,524 | 40 |
| Precio FOB/Lt | 3.32 | 2.34 | 3.18 | 5.41 | 4.60 | 5.46 | 6.02 | 6.59 | -15 |

* Proyectado

Fuente: SUNAT – Aduanas

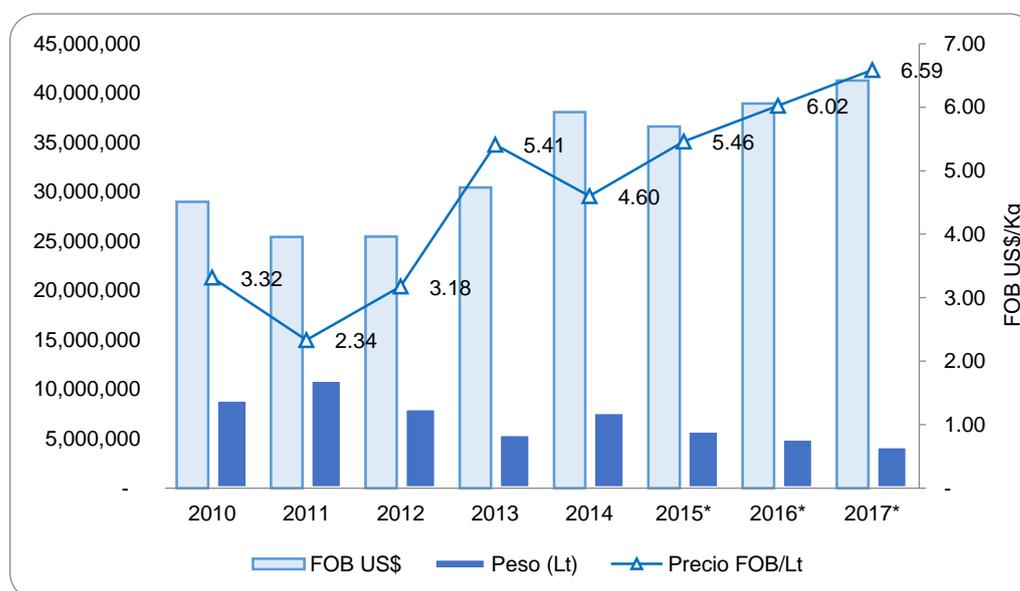


Figura 23: Evolución de exportación de jugo de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017

Fuente: SUNAT – Aduanas

La tabla N° 26 y figura N° 23, nos detalla la evolución de la exportación de jugo de maracuyá del 2010 al 2014, en el cual vemos que el valor FOB ha aumentado considerablemente pasando de US\$ 28,8990,563 en el 2010 a US\$38,068,451 en el año 2014. Proyectado al 2017 incrementándose a US\$ 41,264,537. Si hablamos del peso (Kg) vemos que este ha decaído a través del tiempo; en el 2010 se llegó a exportar 8,987,657 Kg.; en el 2011 llegó a 10,976,758 Kg.; en el 2012 bajó a 8,085,184 Kg.; en el 2013 bajó aún más a 5,493,787, Kg; y en 2014 aumento a 7,718,325 Kg. Proyectado al 2017 incrementándose a 4,241,524 litros. En el valor unitario, podemos apreciar que en el año 2010 comenzó con US\$ 3.32 por Kg, y su mayor precio fue en el 2013 con US\$ 5,41 x Kg, en el 2014 bajo a US\$ 4.60 por Kg. Proyectado al 2017 sube a US\$. 6.59

Tabla 26

Estacionalidad de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (Kg)

| Mes | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ene | 2,090,464 | 2,171,825 | 536,789 | 1,325,896 | 3,168,921 |
| Feb | 2,554,955 | 1,819,357 | 1,360,911 | 1,340,420 | 3,002,624 |
| Mar | 2,589,752 | 2,488,212 | 2,362,439 | 1,651,785 | 2,110,269 |
| Abr | 2,122,565 | 1,787,148 | 2,077,016 | 2,401,769 | 1,887,367 |
| May | 2,795,078 | 2,633,325 | 1,493,689 | 1,760,701 | 4,312,362 |
| Jun | 4,147,536 | 3,647,088 | 3,252,102 | 4,049,292 | 4,902,977 |
| Jul | 3,020,599 | 3,288,417 | 3,368,222 | 5,220,926 | 5,220,694 |
| Ago | 3,406,602 | 2,647,010 | 4,603,748 | 5,582,436 | 6,456,194 |
| Set | 2,393,578 | 1,872,393 | 2,577,030 | 2,935,627 | 2,950,818 |
| Oct | 1,782,727 | 1,251,889 | 1,785,368 | 1,853,374 | 920,552 |
| Nov | 732,136 | 764,123 | 862,611 | 1,051,712 | 1,759,372 |
| Dic | 1,354,570 | 1,059,709 | 1,189,488 | 1,269,078 | 1,376,302 |
| Total | 28,990,563 | 25,430,494 | 25,469,413 | 30,443,017 | 38,068,451 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

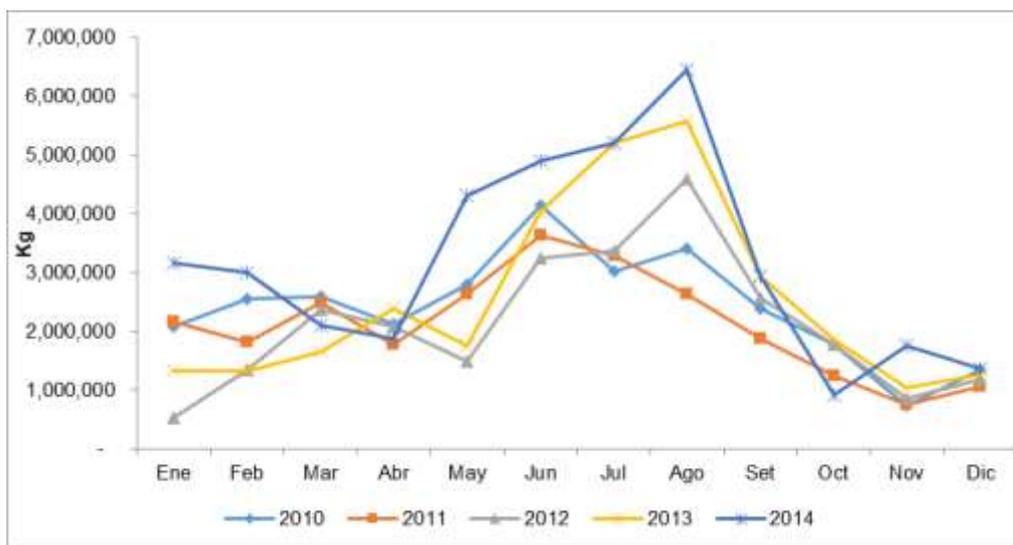


Figura 24: Estacionalidad de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (Kg)

Fuente: SUNAT – Aduanas

La Tabla N ° 27 y la Figura N ° 24 detallan las temporadas de exportación de jugo de maracuyá de 2010 a 2014. Se puede observar que los meses más exportados de jugo de maracuyá son junio, julio y agosto, estos años se exportan.

Tabla 27

Principales empresas exportadoras de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (US\$)

| Rk 14 | Empresa | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Par % 14 | Var % 13-14 |
|-------|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------|-------------|
| 1 | Quicornac S.A.C. | 12,767,845 | 12,016,627 | 7,839,427 | 12,363,164 | 12,412,779 | 33 | 0 |
| 2 | Corporacion Lindley S.A. | 1,004,840 | 2,444,178 | 4,386,224 | 4,712,928 | 6,508,424 | 17 | 38 |
| 3 | Agroindustrias AIB S.A | 6,086,941 | 4,604,729 | 4,925,938 | 2,430,950 | 5,698,187 | 15 | 134 |
| 4 | Frutos Tongorrape S.A. | 2,247,143 | 1,274,401 | 2,145,471 | 3,517,607 | 5,008,572 | 13 | 42 |
| 5 | Agromar Industrial S.A. | 4,410,618 | 2,746,605 | 3,111,433 | 4,974,994 | 4,764,316 | 13 | -4 |
| 6 | Selva Industrial S.A. | 1,950,800 | 1,071,917 | 1,625,840 | 1,567,342 | 2,054,596 | 5 | 31 |
| 7 | Frutos del Perú S.A. | 195,100 | | 74,240 | 67,710 | 1,546,343 | 4 | 2184 |
| | Demás (22) | 327,277 | 1,272,037 | 1,360,840 | 808,323 | 75,234 | 0 | -91 |
| | Total | 28,990,563 | 25,430,494 | 25,469,413 | 30,443,017 | 38,068,451 | 100 | 25 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

En la Tabla N ° 28 se detallan las empresas que más están involucradas en el mercado de exportación de jugo de maracuyá es la empresa Quinornac SAC ubicada en el departamento de Lambayeque, la que le sigue los pasos es la empresa Frutos Tongorrape S.A. que también está ubicada en dicho departamento.

Tabla 28

Mercado de destino de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)

| Rk 14 | Empresa | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Par % 14 | Var % 13-14 |
|-------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------|-------------|
| 1 | Holanda | 23,649,834 | 20,851,458 | 16,076,630 | 16,698,701 | 30,176,699 | 79 | 81 |
| 2 | Estados Unidos | 1,249,978 | 748,950 | 1,607,082 | 2,194,208 | 2,043,526 | 5 | -7 |
| 3 | Puerto Rico | 2,581,703 | 573,672 | 744,998 | 2,465,868 | 1,303,103 | 3 | 47 |
| 4 | Brasil | | 2,059,801 | 4,746,761 | 6,021,194 | 1,068,020 | 3 | 82 |
| 5 | Francia | 50,180 | 149,385 | 428,779 | 573,789 | 890,994 | 2 | 55 |
| 6 | Chile | 265,635 | 184,222 | 303,461 | 162,287 | 469,735 | 1 | - |
| 7 | Kenia | | | | 512,500 | 419,244 | 1 | 18 |
| 8 | Bélgica | | | | | 374,678 | 1 | |
| | Demás (20) | 1,193,234 | 863,006 | 1,561,701 | 1,814,470 | 1,322,452 | 3 | 27 |
| | Total | 28,990,563 | 25,430,494 | 25,469,413 | 30,443,017 | 38,068,451 | 100 | 25 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

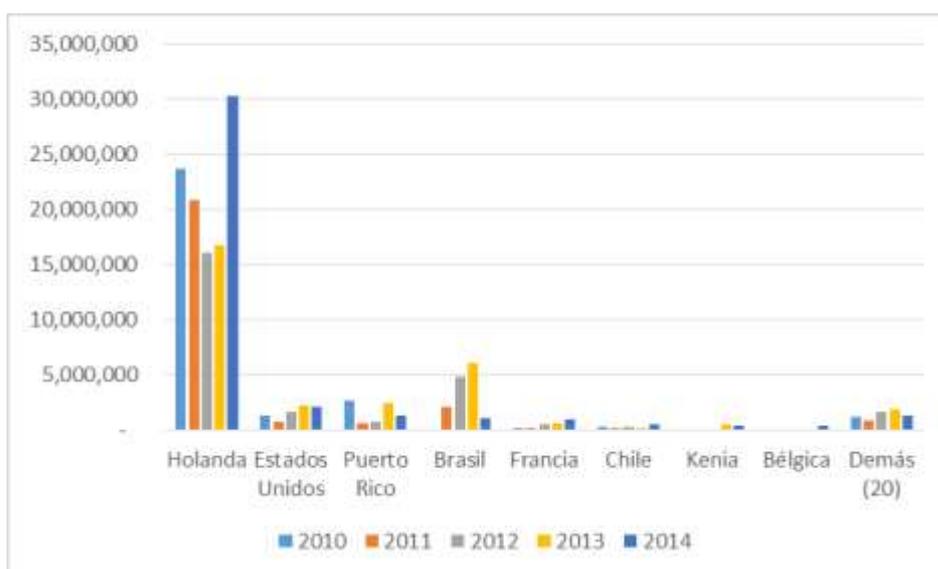


Figura 25: Mercado de destino de las exportaciones de jugo de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)

Fuente: SUNAT – Aduanas

La Tabla N ° 29 y la Figura N ° 25 nos indica que el principal destino de exportación peruana de jugo de maracuyá es Holanda, y el precio FOB de las importaciones en 2014 fue de US\$ 30,176,699.

3.1.4.2. Maracuyá fresco

Tabla 29

Evolución de exportación de maracuyá fresco entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017

| Año | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* | 2016* | 2017* | Var % 13-14 |
|---------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| FOB US\$ | 72,756.1 | 104,497.6 | 128,290.0 | 424,147.4 | 235,372.5 | 386,477.4 | 450,965.7 | 515,453.9 | -45 |
| Peso (kg) | 41,635.0 | 62,683.6 | 62,124.6 | 215,820.3 | 76,890.4 | 158,925.0 | 181,289.8 | 203,654.5 | -64 |
| Precio FOB/kg | 1.74 | 1.62 | 2.02 | 2.41 | 2.86 | 3.04 | 3.34 | 3.65 | 19 |

* Proyectado

Fuente: SUNAT – Aduanas

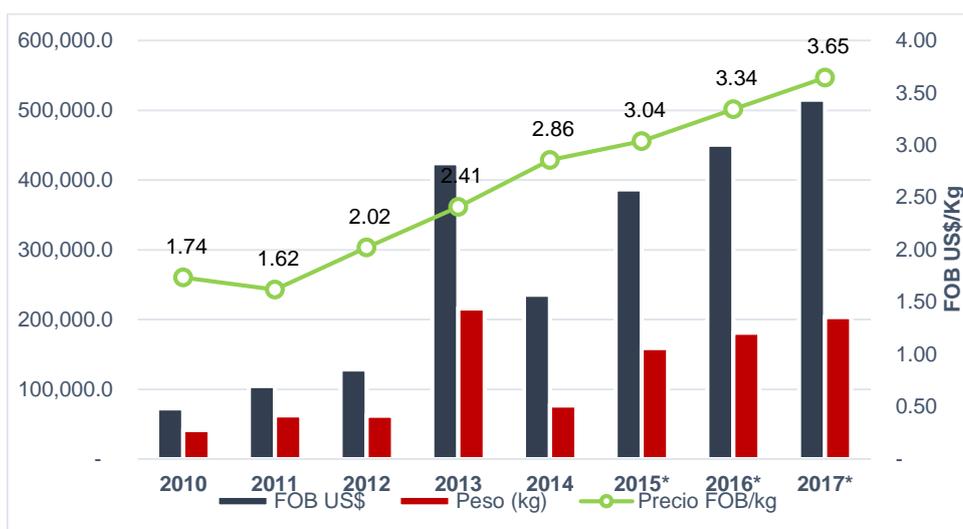


Figura 26: Evolución de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017

Fuente: SUNAT – Aduanas

La Tabla N ° 30 y la Figura N ° 26 detallan los cambios en las exportaciones de maracuyá de 2010 a 2014. Encontramos que el valor FOB ha aumentado significativamente desde 2010. Fue de US\$ 72,756.1 en 2010 y US \$ 235,372.5 en 2014. Se espera que sea 2017 Subió a US\$ 515,453. Si hablamos de peso (kg), encontraremos que aumenta con el tiempo; en 2010 se exportaron 41.635 kg; en 2011 llegó a 62.683,6 kg. En Cayó a 62,124.6 kg en 2012; alcanzó su pico más alto en 2013 con 215,820.3 kg. Para 2014, había caído significativamente a 76,890.4 kg, y se espera que aumente a 203,654 kg en 2017. El valor unitario en 2010 fue de US\$ 1,74 por kilogramo, y ha ido aumentando con el tiempo hasta llegar a US \$ 2,86 por kilogramo en 2014, y se espera que aumente a US\$ 3,65 por kilogramo en 2017.

Tabla 30

Estacionalidad de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 – 2014 (FOB)

| Mes | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ene | 2,639 | 1,584 | 11,001 | 7,214 | 14,653 |
| Feb | 1,834 | 1,538 | 5,768 | 5,960 | 20,717 |
| Mar | 985 | 37,807 | 8,715 | 10,144 | 30,879 |
| Abr | 18,107 | 8,820 | 32,767 | 178,011 | 16,221 |
| May | 1,571 | 15,124 | 9,956 | 126,717 | 15,125 |
| Jun | 5,277 | 4,417 | 9,273 | 42,188 | 13,565 |
| Jul | 4,441 | 5,318 | 8,513 | 10,279 | 17,198 |
| Ago | 9,486 | 6,797 | 8,142 | 22,277 | 13,010 |
| Set | 10,522 | 2,445 | 5,000 | 4,952 | 14,543 |
| Oct | 6,347 | 6,010 | 10,260 | 4,874 | 17,703 |
| Nov | 7,845 | 7,125 | 9,113 | 5,245 | 19,722 |
| Dic | 3,703 | 7,513 | 9,782 | 6,286 | 42,038 |
| Total | 72,756 | 104,498 | 128,290 | 424,147 | 235,372 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

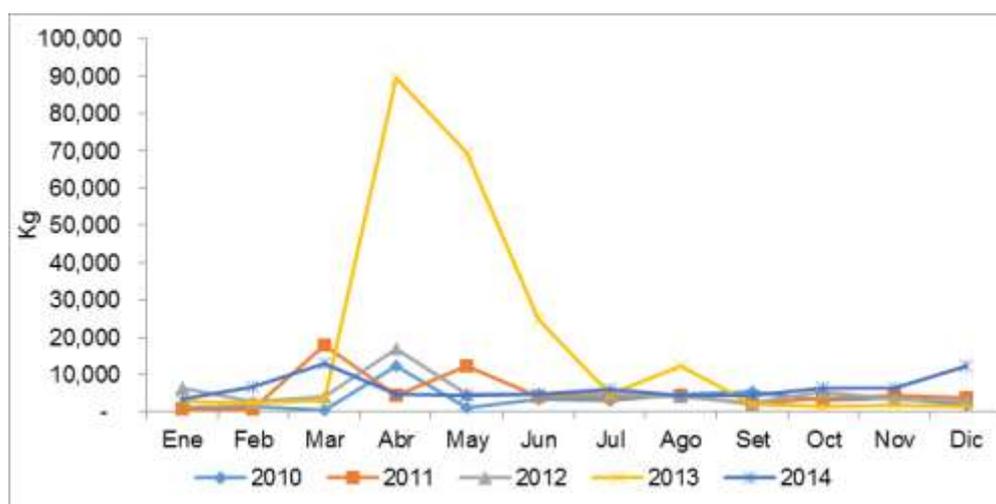


Figura 27: Estacionalidad de las exportaciones de maracuyá fresco, años 2010 - 2014 (Kg)

Fuente: SUNAT – Aduanas

La Tabla N ° 31 y la Figura N ° 27 detallan la estacionalidad de las exportaciones de maracuyá fresca de 2010 a 2014. De esto se puede ver que el mes más exportado en 2010 fue abril y el precio FOB fue de USD 18.107. En marzo de 2011, el precio FOB fue de US \$ 31,807; el precio FOB en abril de 2012 fue de US \$ 32,767; y el precio FOB en abril

de 2013 fue de US \$ 178,011. Finalmente, el volumen de exportación fue el mayor en marzo de 2014, con un valor FOB de US\$ 30.879.

Tabla 31

Principales empresas exportadoras de maracuyá fresco entre los años 2010 - 2014 (FOB)

| Rk 14 | Empresa | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Par % 14 | Var % 13-14 |
|-------|------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------|-------------|
| 1 | Pronatur E.I.R.L. | 3,055 | 8,874 | 35,922 | 31,183 | 62,489 | 27 | 100 |
| 2 | Frutas del Campo Perú S.A.C. | | | | 31,146 | 47,933 | 20 | 54 |
| 3 | Agromanía SAC | 9,885 | 17,968 | 31,257 | 15,806 | 34,857 | 15 | 121 |
| 4 | Lamas Import Export S.A.C. | | 5,724 | 10,934 | 14,139 | 21,511 | 9 | 52 |
| 5 | Agronegocios la Grama S.A.C. | | | 706 | 3,135 | 19,162 | 8 | 511 |
| | Demás (50) | 59,817 | 71,932 | 49,472 | 328,739 | 49,420 | 21 | -85 |
| | Total | 72,756 | 104,498 | 128,290 | 424,147 | 235,372 | 100 | -45 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

En el Cuadro N ° 32 se detalla que la empresa con mayor participación en el mercado de exportación de maracuyá fresca es Pronatur EIRL, seguida de Frutas del Campo Perú SAC.

Tabla 32

Mercado de destino de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 - 2014 (FOB)

| Rk 14 | País | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Par % 14 | Var % 13-14 |
|-------|--------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------|--------------|
| 1 | Italia | 23,902 | 33,141 | 36,885 | 53,076 | 107,054 | 45 | 102 |
| 2 | Holanda | 18,504 | 17,438 | 63,965 | 351,562 | 67,204 | 29 | -81 |
| 3 | España | 3,502 | 15,766 | 12,510 | 14,480 | 22,711 | 10 | 57 |
| 4 | Francia | | | 1,504 | 1,387 | 17,431 | 7 | 1157 |
| 5 | Chile | | | | | 10,313 | 4 | - |
| 6 | Canadá | 24,461 | 27,714 | 11,499 | 2,808 | 5,341 | 2 | 90 |
| 7 | Demás (8) | 2,388 | 10,438 | 1,928 | 835 | 5,320 | 2 | 537 |
| | Total | 72,756 | 104,498 | 128,290 | 424,147 | 235,372 | 100 | -44.5 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

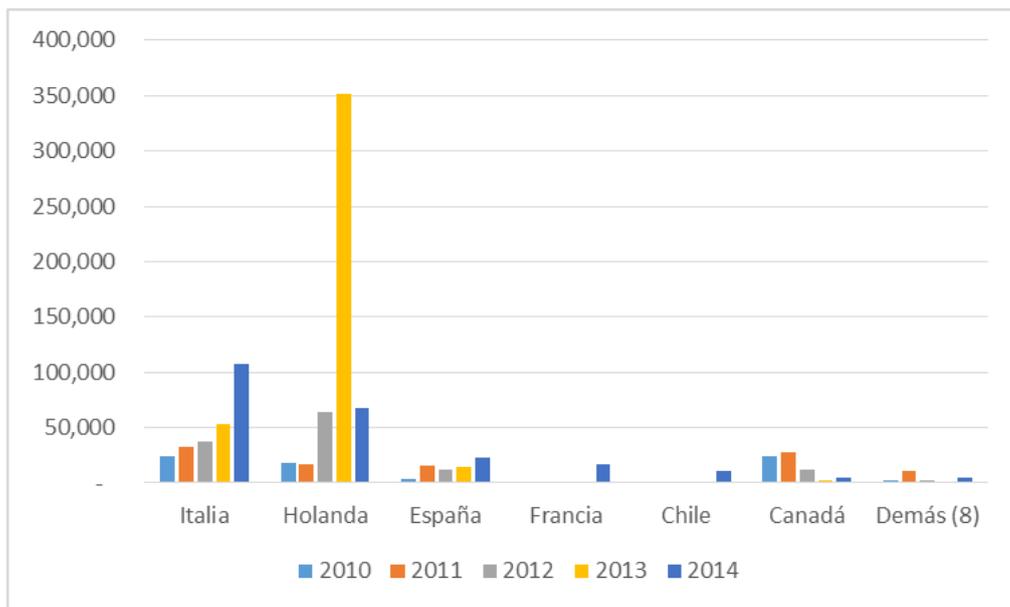


Figura 28: Mercado de destino de las exportaciones de maracuyá fresco entre los años 2010 - 2014 (FOB)

Fuente: SUNAT – Aduanas

La Tabla N ° 33 y la Figura N ° 28 nos indica que los principales destinos de las exportaciones de maracuyá fresca del Perú son Italia y Holanda, en este caso Holanda tiene una gran demanda en 2013, con un precio FOB de US \$ 351.562. Sin embargo, Italia tiene una demanda muy importante, el precio FOB a la llegada en 2014 fue de US \$ 107.054.

3.1.4.3. Pulpa de maracuyá

Tabla 33

Evolución de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017

| Año | FOB US\$ | Var % | Peso (Kg) | Var % | Precio FOB/Kg |
|-------|-----------|-------|-----------|-------|---------------|
| 2010 | 307,078 | | 136,691 | | 2.34 |
| 2011 | 417,945 | 36% | 220,301 | 61% | 2.03 |
| 2012 | 558,292 | 34% | 287,225 | 30% | 2.21 |
| 2013 | 785,445 | 41% | 302,394 | 5% | 2.45 |
| 2014 | 1,590,823 | 103% | 583,201 | 93% | 2.70 |
| 2015* | 1,612,413 | 105% | 598,496 | 65% | 2.68 |
| 2016* | 1,905,912 | 125% | 696,007 | 72% | 2.80 |
| 2017* | 2,199,411 | 146% | 793,518 | 79% | 2.91 |

* Proyectado

Fuente: SUNAT – Aduanas



Figura 29: Evolución de exportación de pulpa de maracuyá entre los años 2010 – 2014 proyectado al 2017

Fuente: SUNAT – Aduanas

La Tabla N ° 34 y la geafico N ° 29 detallan los cambios en las exportaciones de pulpa de maracuyá de 2010 a 2014. Encontramos que el valor FOB ha aumentado significativamente desde 2010, de US\$ 307,078 a US\$ 1,590,823 en 2014. Observado que durante este tiempo ha crecido casi cinco veces el original. Se estima que para el 2017 su precio se elevará a US \$ 2.199.411. Si hablamos de peso (kg), encontramos que ha aumentado con el tiempo, en 2010 exportamos 136.691 kg, en 2011 llegó a 220.301,6 kg, en 2012 fue de 287.225 kg, en 2013 fue de 302.394 kg; en 2014, fue de 583.201 kg. Se espera que sea aumento a 793.518 dólares de los EE.UU. En términos de valor unitario, vemos que comenzó en US\$ 2,34 por kilogramo en 2010 y aumentó con el tiempo hasta llegar a US\$ 2,70 por kilogramo en 2014, y se espera que aumente a US\$ 2,61 en 20017.

Tabla 34

Estacionalidad de las exportaciones de pulpa maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)

| Mes | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Ene | 2,475 | 7,137 | 59,366 | | 41,165 |
| Feb | 3,072 | 67,663 | 72,184 | 8,848 | 151,800 |
| Mar | 169 | 1,360 | 6,377 | 44,043 | 182,046 |
| Abr | 800 | 468 | 43,800 | 127,437 | 125,286 |
| May | 12,750 | 12 | 46,480 | 54,417 | 170,786 |
| Jun | 13,800 | 11,191 | 76,660 | 115,642 | 72,339 |
| Jul | 166,342 | 39,500 | 35,560 | 62,172 | 201,093 |
| Ago | 4,688 | 75,114 | 63,929 | 137,801 | 172,084 |
| Set | 5,200 | 124,033 | 13,312 | 52,846 | 280,449 |
| Oct | 42,586 | 20,330 | 6,804 | 105,743 | 63,654 |
| Nov | 12,615 | 65,528 | 128,318 | 74,464 | 59,963 |
| Dic | 42,582 | 5,610 | 5,502 | 2,032 | 70,159 |
| Total | 307,078 | 417,945 | 558,292 | 785,445 | 1,590,823 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

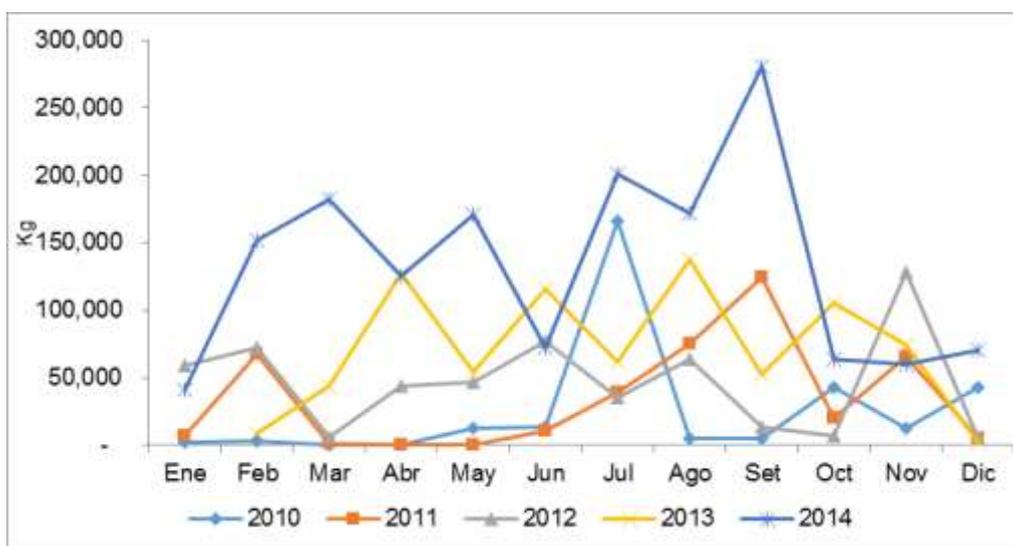


Figura 30: Estacionalidad de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)

Fuente: SUNAT – Aduanas

La Tabla N ° 35 y la Figura N ° 30 detallan la estacionalidad de las exportaciones de pulpa de maracuyá de 2010 a 2014. De esto, podemos ver que el mes más exportado en 2010 fue julio, y el precio FOB total fue de US\$ 166,342. 2011 es septiembre y el precio FOB es USD 124,033; en el año 2012 fue noviembre con un valor FOB de US\$ 128,318; en el 2013 fueron los meses de abril con un valor FOB de US\$ 127,437 y agosto con un valor FOB de US\$ 137,801. Finalmente, en el año 2014 el mes que exportó más fue septiembre con un valor FOB de US\$ 280,449. Se llega a la conclusión que no existe un mes estándar para la exportación de pulpa de maracuyá si no es de acuerdo como pide el mercado.

Tabla 35

Principales empresas exportadoras de pulpa maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)

| Rk 14 | Empresa | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Par % 14 | Var % 13-14 |
|-------|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | Unión de Negocios Corporativos S.A.C. | 55,328 | 108,897 | 96,093 | 330,534 | 597,127 | 38 | 81 |
| 2 | Mebol S.A.C. | 189,903 | 128,405 | 250,106 | 177,672 | 250,378 | 16 | 41 |
| 3 | Bio Frutos S.A.C. | | | | | 198,472 | 12 | - |
| 4 | Gastronomic Fruits S.A.C. | | 120,684 | 87,679 | 35,195 | 179,204 | 11 | 409 |
| 5 | Peruvian Agro Services S.A.C. | | | | | 125,457 | 8 | - |
| 6 | Agropackers S.A.C. | | | | | 68,315 | 4 | - |
| 7 | Delicias y Sabores del Peru E.I.R.L. | | | | | 50,565 | 3 | - |
| 8 | Hanalei S.A.C. | | | | | 35,033 | 2 | - |
| 9 | The Green Farmer S.A.C. | 6,600 | 26,996 | 35,370 | 63,544 | 31,769 | 2 | -50 |
| | Demás (25) | 55,247 | 32,963 | 89,044 | 178,500 | 54,503 | 3 | -69 |
| | Total | 307,078 | 417,945 | 558,292 | 785,445 | 1,590,823 | 100 | 103 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

En el Cuadro N ° 36 se detallan las empresas que más están involucradas en el mercado de exportación de pulpa de maracuyá es la empresa Unión de Negocios Corporativos SAC, que en el año 2014 tuvo el 14% de participación en dicha exportación. Las empresas que le siguen son Mebol SAC y Bio Frutos SAC tienen

el 14 % de participación, pero cabe resaltar que la empresa Bio Frutos SAC recién empezó a exportar en el año 2014.

Tabla 36

Mercado de destino de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)

| Rk 14 | País | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Par % 14 | Var % 13-14 |
|-------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------|-------------|
| 1 | Chile | 140,447 | 270,888 | 300,504 | 557,646 | 976,504 | 61 | 75 |
| 2 | Argentina | 62,668 | 38,260 | 209,628 | 177,641 | 244,715 | 15 | 38 |
| 3 | Israel | | 80,744 | | 35,195 | 168,809 | 11 | 380 |
| 4 | Brasil | | | | | 125,457 | 8 | - |
| 5 | Puerto Rico | | | | | 50,565 | 3 | - |
| | Demás (12) | 103,963 | 28,053 | 48,161 | 14,963 | 24,772 | 2 | 66 |
| | Total | 307,078 | 417,945 | 558,292 | 785,445 | 1,590,823 | 100 | 103 |

Fuente: SUNAT – Aduanas

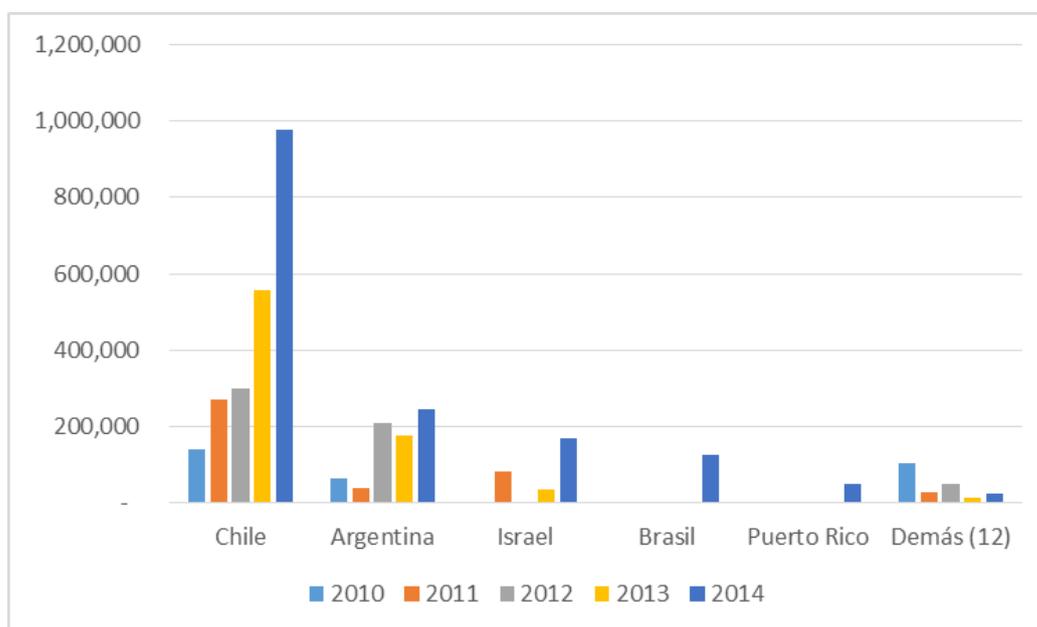


Figura 31: Mercado de destino de las exportaciones de pulpa de maracuyá entre los años 2010 - 2014 (FOB)

Fuente: SUNAT – Aduanas

El Cuadro N ° 37 y la Figura N ° 31 indican que el principal destino de las exportaciones de pulpa de maracuyá del Perú es Chile,

debido a que la mayoría de las exportaciones a ese país, el valor FOB total requerido en 2014 es de US\$ 976.504. Cabe señalar que para muchos años, este país ha ido aumentando su demanda de nuestra pulpa de maracuyá. En el 2014 Chile tuvo el 61% de participación como mercado destino de las exportaciones de pulpa de maracuyá. Elegible para tratarlo como un mercado potencial.

3.2. Discusión de resultados

3.2.2. Conocer la situación actual de los productores de maracuyá en el Distrito de Motupe

Sobre la situación actual de los productores de maracuyá en la región de Motupe. Los resultados muestran que el 44% de los productores de maracuyá tienen entre 45 y 65 años, lo que puede inferir fácilmente que la mayoría de ellos se dedican a la actividad por más de 10 años (48%), agricultura tradicional. El tiempo dedicado a la agricultura puede ser un factor favorable, pero, por otro lado, puede ser que algunos agricultores no estén dispuestos a cambiar. También hay una pequeña cantidad de nuevos agricultores, lo que será muy beneficioso porque les permitirá convertirse en líderes de proyectos con una visión empresarial para la exportación de productos. El conocimiento de que los agricultores se han involucrado en actividades agrícolas durante mucho tiempo y el cambio en las actitudes de riesgo hacia los nuevos agricultores ayudará a promover acciones concretas que beneficien nuestros proyectos.

El resultado también permite identificar pequeños, medianos y grandes productores agrícolas en función del número de hectáreas que poseen siendo la mayoría menores de 10 has. Esto permitiría proyectar la siembra de buena cantidad de hectáreas para obtener volúmenes suficientes para cumplir con los pedidos del exterior. Según Chong, M. (2012), un tercio de la tierra utilizada para fines agrícolas está inscrita en registros públicos, y la mayoría de las unidades agrícolas tienen un área menor a 5 hectáreas, altos costos de transacción, fragmentación y baja productividad.

Existe un gran porcentaje (77%) de agricultores que no pertenecen a una asociación, quienes venden su producción a exportadores y no se avizoran ellos mismos en un futuro como exportadores, debido a que no alcanzarían a cumplir con volúmenes grandes que les exigirían los clientes. Por otro lado, Una problemática común es que los productores agrícolas tienen el concepto de modelo asociativo, es decir, lo asocian con el sistema de propiedad colectiva de los recursos. Cabe recordar que al participar en el modelo asociativo, cada participante mantiene su propia autonomía. También saben (78%) que hacerse miembro de la asociación les ayudará a mejorar su calidad de vida.

3.2.3. Evaluar el nivel de producción de los productores de maracuyá del distrito de Motupe

El 43 % afirma tener de 0-5 ha. Para abastecer la producción, un 41% de 5 a 10ha. Y el 16% 10 a más ha. Lo que nos indica que si solamente se asociaran se podrían obtener volúmenes suficientes para ofertarlos al mercado y cumplir con los pedidos.

Para la exportación de maracuyá se necesita certificaciones siendo una de ellas las buenas prácticas agrícolas (BPM) y que en los resultados nos muestran que el 92% no tienen ninguna certificación, convirtiéndose como una limitante para que puedan exportar. Pero a pesar de no tener las certificaciones, de acuerdo a las encuestas el 56% hacen un buen uso de pesticidas permitidos, porque los conocen y los demás lo hacen porque imitan a los que si conocen el uso adecuado.

La tecnificación a través del uso de maquinarias para todos es buena presentado que solamente el 7% no utiliza maquinaria, siendo un indicador que en su mayoría obtienen buenos resultados en su producción.

El costo de producción para la mayoría va de 40 a 50 céntimos por kilo de maracuyá y el rendimiento entre 10 y 20 toneladas por hectárea - campaña, los cuales puede depender de muchos factores que influyen directamente en el manejo de cultivo; este costo nos permite fijar precios de los productos y tener mejor capacidad de negociación con los clientes.

3.2.4. Identificar la capacidad de gestión asociativa de los productores asociados para la exportación de su producto

De acuerdo a los resultados el 98% de los agricultores regularmente venden la producción a los acopiadores debido a que no han desarrollado una buena capacidad de negociación con las empresas agroexportadoras, lo que no sindicaría que si anularan ese eslabón que es el acopiador mejorarían sus ingresos y más aún si logran asociarse y exportar.

El 78% de productores nos indica que les gustaría asociarse; y formar un modelo asociativo, si les ayudaría a mejorar su calidad de vida. Entonces podemos decir que la formación de un modelo asociativo favorecerá, tanto en el aspecto económico, los cuales se verán reflejados en el aumento de ingresos, lo que garantizará en sus familias una mejor calidad de vida.

Pallares Z. (2005) menciona que el modelo de correlación significa que la única forma de que los pequeños y medianos sectores productivos de las zonas urbanas o rurales de los países de bajos ingresos sigan existiendo no es solo para la supervivencia, sino también para salvar otras formas. Riqueza y equidad generada en nuestro país.

Conocer las exigencias del mercado exterior es un punto muy importante para poder exportar nuestro producto ya sea diferentes países del mundo es por ello que se les pregunta a los productores de maracuyá si conoce alguna de las exigencias del mercado exterior, y un 72% de productores desconoce totalmente y un 28% si conoce algunas exigencias del mercado exterior las cuales hacen mención.

El 100% de los productores mencionan que es importante la relevancia de recibir información de cómo exportar su producto y conocer las exigencias del mercado exterior, es por ello que, con la propuesta asociativa, tendrá una guía de como exportar su producto.

3.2.5. Exportaciones de maracuyá a nivel nacional

De acuerdo a los resultados hemos podido observar, de las tres formas de presentación de exportación de maracuyá, la más exportada es el Jugo de Maracuyá, teniendo un valor FOB de

US\$38,068,451 en el año 2014, y en segundo lugar la segunda forma más exportada fue la pulpa de maracuyá teniendo un valor FOB de US\$ 1,590,823 en el año 2014, y por último encontramos la maracuyá fresca cuyo valor FOB fue de US\$ 235,372.5 en el año 2014; lo que nos indica que la presentación de las exportaciones deben ser como jugo. Es así que las exportaciones de Frutos Tongorrape solamente exporta jugo de maracuyá tuvo una caída en el 2011 para luego recuperarse y se han incrementado hasta el año 2014, para los montos FOB, en cambio para los volúmenes tuvo la caída en el 2011 y recién se ha recuperado el volumen del año 2014. Siendo el precio internacional el que se ha mantenido en crecimiento durante este período. Existe una estacionalidad para las exportaciones, ocurriendo las mayores exportaciones entre los meses de junio a octubre aunque también se exporta en cualquier época del año, de acuerdo a los pedidos de los clientes, en menores volúmenes. El país más importante de destino es Holanda, seguido de Puerto Rico, y Francia. Esto nos indica que las exportaciones de maracuyá deben de ser en la presentación de jugo de maracuyá por la demanda de este tipo de producto de acuerdo a lo expuesto anteriormente.

3.2.6. Implicancias

- a) El conocimiento de que los agricultores han estado involucrados en actividades agrícolas por períodos más prolongados ayudará a promover acciones concretas para promover el proyecto y hacerlo factible.
- b) Un gran porcentaje de productores manifestó no pertenecer a ninguna asociación.

- c) El número de hectáreas en propiedad determina el grado de participación del modelo asociativo como grupo de interés en la sociedad

- d) La población de productores de maracuyá nos indica no haber Recibió capacitación en asistencia técnica para mejorar su agricultura y equipo en los últimos años.

- e) Nos indica un porcentaje de productores que el conformar un modelo conjunto de productores de maracuyá ayudarles a mejorar su calidad de vida.

- f) El establecimiento de un modelo asociativo representará el mecanismo cooperativo de productores. Con un nivel muy bueno.

3.3. PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES DE MARACUYA (*Passiflora Edulis*) EN EL DISTRITO DE MOTUPE PARA LA EXPORTACION A HOLANDA 2015 – 2017

3.3.1. Introducción

La ASOCIATIVIDAD entre empresas nacionales e internacionales es un proceso muy beneficioso para ambas partes y que sus necesidades tengan lo mismo en común ya que es muy factible debido a muchas razones como explicamos en esta investigación.

Luego de discutir y analizar los resultados, las recomendaciones hechas en este trabajo tienen como objetivo facilitar el desarrollo del trabajo relacionado. Comienza con un modelo por fases, que permite la formación de un modelo de asociación.

Teniendo como antecedentes todo lo antes mencionado en esta investigación detallaremos todos los pasos que necesitaran saber los productores de maracuyá para la ejecución del proyecto.

3.3.2. Objetivos

3.3.2.1. Objetivo general

Elaborar sugerencias para establecer un modelo asociativo de productores de maracuyá (*Passiflora Edulis*) del distrito de Motupe utilizando alianzas estratégicas comerciales para la exportación de su producto a Holanda 2015.

3.3.2.2. Objetivos Específicos

- a) Establecer un modelo asociativo.
- b) Elaborar una secuencia para la formalización de la organización.
- c) Diseñar la logística de exportación para que sirva como guía a los productores cuando realicen sus exportaciones.

3.3.3. Importancia de la propuesta

A pesar que, en el año 2011, hubo una caída en las exportaciones de maracuyá, podemos observar que en los últimos años existe una tendencia a incrementarse, siendo las grandes empresas exportadoras las más beneficiadas sin que los productores logren gozar este beneficio.

Ante esto la presente investigación propone desarrollar un modelo asociativo para los productores de maracuyá en el distrito de Motupe donde les permita exportar al mercado holandés.

3.3.4. Modelo asociativo

3.3.4.1. Esquema de modelo asociativo

A continuación, desarrollamos un esquema de modelo asociativo presentado en cuatro etapas:

Etapa I.

Desarrollo del Modelo Asociativo.



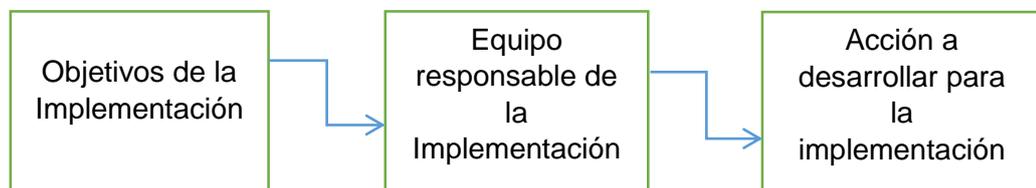
Etapa II.

Estrategias para asociarse



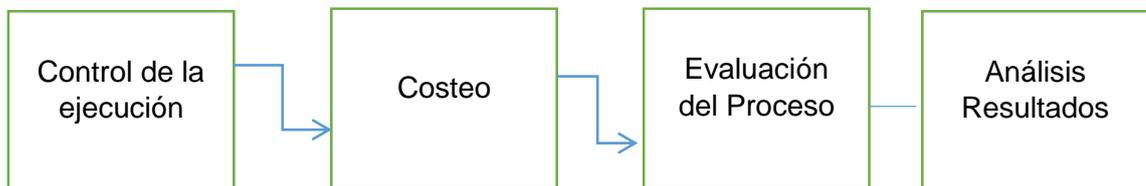
Etapa III.

Metodología De Implementación



Etapa IV.

Evaluación y control



Etapa I: Desarrollo de modelo asociativo

a. Análisis situacional FODA

| | |
|---|--|
| <p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe en el Distrito de Tongorrape- Motupe una asociación de productores Maracuyá que serían un claro ejemplo que si se puede lograr la Asociatividad y luego la exportación. - La fácil disponibilidad de mano de obra - Tierra apropiada para el cultivo de maracuyá, con presencia de nutrientes. | <p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de confianza ante la asociación por parte de los productores de maracuyá. - Falta de estructura y maquinaria para el proceso de exportación. - Limitado apoyo por parte del estado ante estas asociaciones. |
| <p style="text-align: center;"><u>OPORUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fruta tropical y de gran aceptación en el mercado - Presenta una demanda creciente. - TLC con UE | <p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Problemas entre productores no asociados. - Fenómenos climáticos - Variabilidad en el precio del Maracuyá. |

b. Misión asociativa:

La nueva asociación que se formará entre los productores de Maracuyá en el Distrito de Motupe tendrá como misión el trabajar unidos para lograr un solo enfoque de gestión empresarial, con base, principios y valores. Con lo cual poder desarrollar un sistema de información, control y evaluación del producto (empaquete y distribución de Maracuyá), además de una fluida comunicación interna y

relaciones con los clientes; y fortaleciendo las alianzas estratégicas internacionales y participación equitativa de los asociados y futuros asociados.

c. Visión asociativa:

Lograr que la nueva Asociación de Productores de Maracuyá (*Passiflora Edulis*) del Distrito de Motupe, logre con éxito la estrategia dada para la Asociatividad con empresas también líderes en la producción de maracuyá convirtiéndose así en una empresa competitiva en Asociatividad y exportación.

d. Valores a tomarse en cuenta para el éxito de la asociación de productores

Para que cualquier organización logre su integridad y proporcione los mejores productos al mercado, los miembros deben practicar de manera responsable los siguientes valores:

Lealtad

Comprometido

Trabajo en equipo

Talento reconocido

Estilo de participación integral

Comunicación interactiva abierta

Sistema de recompensa, reconocimiento y sanción.

Respeto por los demás

Etapas II: Estrategias para asociarse

La relevancia de establecer vínculos entre productores radica en que se puede incrementar la participación de los productores agrícolas en la cadena productiva, y así enfrentar los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica.

Además, es significativo debido que una asociación tiene un mayor poder de negociación y ayuda a incrementar la productividad y la competitividad, para que el mercado pueda expandirse (mercados más grandes o nuevos).

Entre las estrategias para la asociación que aplicaremos son.

a) Convocatoria a los productores a través la Junta de Usuarios Motupe

La junta de usuario de Motupe tiene un gran liderazgo entre los productores, el cual sería de grande ayuda para lograr la asociación.

b) Convocatoria a los productores a través de la Oficina Agraria Motupe

La oficina agraria Motupe, tiene una base de datos actualizada de todos los productores de maracuyá con el cual se podría trabajar conjuntamente para lograr una asociación entre dichos productores.

c) Convocatoria a los productores a través de acopiadores o empresas exportadoras.

Los acopiadores son los que conocen de cerca a los productores de maracuyá puesto que estos les compran su producto, se podría trabajar con ellos para exportar y obtener un buen precio.

Etapas III: Plan de implementación

La metodología seguida para alcanzar estos objetivos ha sido la realización de un estudio no experimental sobre una muestra representativa de la población de productores de maracuyá, a los que se les ha aplicado un cuestionario de preguntas y a la misma vez con la finalidad de destacar si estarían dispuestos a formar un modelo de asociación permitiéndoles en un futuro poder exportar su producto (maracuyá) para así poder obtener más beneficios económicos como desarrollo empresarial.

a) Objetivo de la implementación

Desarrollar todo el proceso, forma y acciones para la implementación del modelo asociativo

b) Equipo responsable de la implantación

Los encargados son los productores de maracuyá de la región de Motupe, trabajarán en conjunto para implementar y evaluar los resultados dentro del plazo especificado en la propuesta.

c) Acciones a desarrollar para la implementación

Presentar la propuesta a los productores de Maracuyá del Distrito de Motupe

Aprobación de la propuesta de un modelo asociativo para productores de maracuyá para la exportación de su producto al mercado de por parte de los productores de maracuyá (*Passiflora Edulis*)

Implementar la estrategia definida.

Evaluación y control durante la implementación

Etapas IV: Evaluación y control

a) Control de ejecución

Los pasos de formulación están definidos en el plan de implementación para desarrollar y controlar la propuesta de modelo conjunto para los productores de *Passiflora Edulis* en el distrito de Motupe y exportar a Holanda 2015 – 2017.

Este contendrá análisis de los índices socio- económicos del país a exportar, incrementar las exportaciones. Beneficiando a todos los productores de maracuyá del Distrito de Motupe, además se evaluarán los procesos logísticos para mejorar las exportaciones.

b) Costeo

Se deben considerar todos los costos correspondientes al plan de implementación.

c) Evaluación del proceso

De acuerdo a indicadores establecidos por la asociación se procederá a la evaluación del proceso de implementación del modelo asociativo.

d) Análisis de resultados

Según los resultados logrados, se procederá hacer un análisis respectivo el cual permitirá analizar si el modelo fue un éxito o un fracaso; mediante este análisis nos permitirá proponer una retroalimentación para corregir las fallas o errores que se pudieran cometer.

3.3.5. Iniciativa de modelo asociativo

Una vez determinada la etapa, se planteó una idea, bajo esta se debe orientar la iniciativa del modelo asociativo para cada punto que permita la investigación y el diagnóstico.

a) Buscar la Participación de Género femenino

La participación de las mujeres rurales tienen una doble responsabilidad: las actividades familiares por un lado y las productivas por el otro. Esta doble responsabilidad visibiliza el papel productivo de la mujer.

El modelo conjunto puede asumir la tarea de promover la implementación y desarrollo de acciones específicas para la toma de decisiones y el desarrollo de la capacidad de gestión de las mujeres. Sin la plena integración de la mujer, será difícil que la sociedad logre el desarrollo. El propósito es hacer que las mujeres participen verdaderamente en los proyectos de producción como miembros de pleno derecho.

b) La Organización de los Líderes

Los agricultores del Distrito de Motupe se dedican a la actividad agrícola desde hace más de 10 años, por lo que es razonable pensar que esto es un obstáculo para la realización del modelo conjunto, pero no es así, es lógico. Junto con otros agricultores que han estado involucrados en actividades

agrícolas por un corto tiempo, están dispuestos a ser parte de este provechoso proyecto.

El momento dedicado a las actividades agrícolas es un factor favorable, y se retroalimentará el conocimiento de los agricultores que han estado activos durante más tiempo y el conocimiento de los nuevos agricultores que están dispuestos a cambiar.

También, esto les permitirá convertirse en líderes de proyectos sumando experiencia, tomando la iniciativa de cambiar y buscando mejores resultados bajo los criterios de trabajo conjunto de un determinado modelo conjunto.

c) Autonomía y Participación

La noción de que los productores poseen un modelo asociativo es un problema frecuente, es decir, lo asocian con la propiedad colectiva de la tierra. Una forma de evitar este problema es aclarar cuál es el objetivo básico de la asociación y enfatizar el hecho de que la producción organizada no significa necesariamente proporcionar recursos a la comunidad.

d) Gestión del Negocio Contabilidad de las Operaciones

No hay registro del funcionamiento de las actividades agrícolas, por lo que es difícil administrar adecuadamente las actividades resultantes. El modelo asociativo permite el control de las actividades empresariales derivadas de las actividades agrícolas mediante la creación de comités que representan a los asociados.

A través del control contable, es posible retener información sobre aportes de capital de los socios, capital, gastos incurridos, ingresos, pagos al personal y proveedores, y la disponibilidad de recursos para ejecutar proyectos.

e) Clientes y Medios de contacto

El medio para comprender las necesidades del cliente es a través de la investigación de mercado, que se considera un proceso participativo y debe ser realizado por el propio productor quien decide buscar alternativas para mejorar el negocio agrícola.

El propósito de la investigación de mercado debe ser principalmente obtener información en las siguientes áreas:

Mercado potencial

Productos de demanda: cuándo y cuánto

Calidad del producto (tamaño, color, forma, variedad)

Necesidades actuales y potenciales

Unidad de medida para la venta

Descripción del Producto

Métodos y condiciones de pago

Precio y estacionalidad de precios

Canales de comercio.

Para realizar una investigación de mercado, el comité debe estar capacitado en el tema.

f) Relación con el Cliente.

Los modelos asociativos permiten mejorar el poder de negociación de los agricultores en la compra de insumos y la venta de cultivos.

Contrato de Compra – Venta.

Una oferta como la descrita en el punto anterior "Capacidad de producción-Cosecha-Precio e ingresos por ventas" posibilita entrar a un procedimiento de venta nombrado "agricultura por contrato"

La agricultura por contrato es un plan de compra y comercialización de productos agrícolas basada en una unión comercial entre productores y consumidores.

**g) Relación con el Proveedor - Nivel de negociación -
Relación Costo Beneficio**

Los agricultores suelen comprar insumos (fertilizantes, pesticidas, etc.) necesarios para la venta al por menor. Se trata de productos elaborados de alto valor añadido. En el último eslabón de la cadena de producción e intermediación de largo plazo, los

compran en pequeñas cantidades, generalmente con crédito, de manera individual, todo lo cual determina que paguen altos precios por estos productos.

El modelo de correlación permite a los productores aumentar su poder de negociación con los proveedores de insumos. La compra centralizada al por mayor puede reducir los precios.

Para solucionar este problema, la comunidad debe optar por un modelo de asociación para la compra colectiva de fertilizantes, pesticidas y otros insumos. En este punto, la primera fase del trabajo debería centrarse básicamente en la identificación y el análisis de problemas.

Por las razones anteriores, se establecerá un comité para comprar suministros. El siguiente paso será cotizar los insumos en el mercado más cercano, y el comité seleccionará el proveedor que ofrezca el precio y el suministro de fertilizantes más favorables en la asociación.

h) Mano de Obra

Suelen tener mano de obra abundante y barata, usualmente tiene un cierto nivel de habilidades y formación basada en artesanos, y tienen la capacidad de adaptarse al puesto de trabajo.

A través del modelo de asociación, no solo se buscan los intereses de los participantes del proyecto, sino también los intereses del público en general.

i) Información del Financiamiento Programas, formas y problemas de financiamiento

Los temas de crédito y financiamiento son susceptibles pues los productores son agentes con peligros radicalmente elevados de impago. El exclusivo activo de los productores es la tierra en la que trabajan y, en varios casos, no cuentan con documentos que

demuestren su propiedad. Además, ya que viven en la pobreza, las ganancias se usan primero para saciar las necesidades simples y no constantemente se aplican en ocupaciones de producción. Por consiguiente, son escasas las instituciones financieras que no tienen la posibilidad de ver los fondos como consumidores potenciales para la utilización de proyectos agrícolas y, por consiguiente, no tienen la posibilidad de obtener fondos para la utilización de proyectos agrícolas.

En la situación actual, es importante contar con mecanismos que faciliten el acceso de los productores al crédito. En este sentido, los productores de maracuyá siguen trabajando duro.

j) Información relacionada a la Infraestructura Equipos, herramientas y su adquisición - Razones para el uso de la Tecnología

En el proceso de producción, varias ineficiencias son causadas principalmente por tecnología atrasada y otras limitaciones estructurales que afectan la agricultura campesina, todo lo cual se ha transformado en bajo rendimiento, escasez y exceso de calidad, alto costo unitario y baja estacionalidad de la producción. Además, hay pérdidas de producto durante y después de la cosecha.

El modelo de asociación tiene como objetivo minimizar la brecha formada bajo el modelo de asociación, permitiendo a los agricultores participar en proyectos conjuntos, como la obtención de herramientas y equipos, la mejora de canales de riego y métodos de riego, etc. Sin embargo, si el comité de asociación no proporciona a los miembros la tecnología, información de entrenamiento para herramientas y equipos, todo esto será inútil.

k) Capacitaciones

El estado brinda programas de capacitación a través de diferentes entidades, estos programas suelen estar dirigidos a capacitar a los agricultores en control de la higiene, manejo de cultivos, mecanización agrícola, etc., mientras que la capacitación en gestión rara vez está involucrada. Habilidades de negociación comercial y de productos, así como sugerencias para participar en ferias, eventos y mesas redondas de negocios. Se puede observar que el mayor participante es SENASA.

l) Motivos para formar parte de un Modelo Asociativo

La razón de que los campesinos se comuniquen es un elemento esencial. Al comienzo del modelo de asociación, esto permite que los grupos de partes interesadas mantengan una comprensión de los intereses representados por los agricultores individuales, qué servicios necesita y qué actividades realizará como trabajo inicial. Con el fin de solucionar posibles problemas con antelación antes de resolverlos. Una vez formado, siempre debes estar atento a posibles problemas o imprevistos.

3.3.6. Secuencia para la formalización de la organización

Dichos pasos son fundamentales para establecer una asociación en el Perú, pero pueden servir de guía o referencia para establecer una asociación en otros países que suelen tener procesos similares.

a) Búsqueda y reserva del nombre de la asociación en Registros Públicos

Primero debemos acudir a la Oficina de Registros Públicos, en este caso la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), y confirmar que ningún nombre o razón social es igual al nombre de la asociación o empresa que queremos establecer en el mercado.

Al buscar un nombre existente, también debemos asegurarnos de que se vea o suene igual que el nombre que queremos usar. Debe haber al menos tres letras diferentes.

b) Elaboración de la minuta

El acta de la reunión es un documento en el que los miembros de la sociedad expresaron su voluntad de constituir una asociación y señalaron todos sus respectivos acuerdos.

El acta de la reunión incluye los estatutos y estatutos de la empresa, así como posibles contenidos adicionales.

c) Elevar minuta a escritura pública

Luego de registrar el acta, debemos llevarlo a la notaría para que el notario lo revise y lo reporte a la escritura de pacto mutuo.

d) Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos

Una vez obtenida la escritura pública, debemos llevarla a la oficina de registros públicos, donde se realizarán los trámites necesarios para registrar la empresa en los registros públicos.

El estatus legal de nuestra asociación existe desde su inscripción en el registro público.

e) Obtención del número de RUC

El único Registro de Contribuyentes (RUC) es para identificar los impuestos de las personas físicas o jurídicas ante la Administración Estatal de Tributación (SUNAT).

Cualquier persona física o jurídica está obligada a registrarse en el RUC, en caso contrario será sancionada de acuerdo con la Ley Tributaria, al igual que quienes se registran en el RUC pero no han presentado declaración.

Para obtener el RUC debemos acudir a la SUNAT, rellenar el formulario de motivo y esperar la notificación.

f) Elegir régimen tributario

En la misma SUNAT, mientras se trata de la adquisición de RUC, debemos determinar qué sistema tributario aceptaremos para pagar impuestos, que se convertirá en un sistema general.

Después de tener el número de RUC y elegir el sistema de impuestos, podemos imprimir el comprobante de pago a utilizar (boleto y / o factura, guía de referencia, etc.).

g) Comprar y legalizar libros contables

En este paso, compramos los libros de contabilidad necesarios de acuerdo con el sistema tributario aceptado, y luego los llevamos a la notaría, para legalizar.

h) Inscribir trabajadores en EsSalud y Ministerio de Trabajo

En este paso, damos de alta a nuestros trabajadores en la Seguridad Social en Salud (Es Salud) a través de un formulario disponible en la propia SUNAT.

Del mismo modo, debemos registrarnos en el Ministerio de Trabajo. El registro permite al personal acceder a los beneficios que otorgan estas entidades.

i) Solicitud de licencia municipal

En este paso, nos trasladamos al municipio de la zona donde se ubicará físicamente la empresa, y luego nos ocupamos del asunto de la obtención de la licencia comercial.

j) Presupuesto

En total se puede invertir 9.000.00 como mínimo incluyendo los montos para gastar en la minuta y la constitución de la empresa.

Tabla 37

Presupuesto para la formación de una asociación

| | | |
|--|---------|---------|
| MINUTA | 300.00 | 250.00 |
| LOCAL | 200.00 | 300.00 |
| MUEBLES | 3000.00 | 2500.00 |
| LAPTOS | 1500.00 | 1700.00 |
| UTILES DE OFICINA | 300.00 | 200.00 |
| IMPRESORA | 700.00 | 500.00 |
| INSTALACION DE INTERNET ENTRE OTROS | 200.00 | 150.00 |
| INTERNET | 200.00 | 200.00 |
| CELULARES | 150.00 | 150.00 |
| TOTAL | 6550.00 | 5950.00 |

Elaboración propia.

3.3.7. Logística de exportación

3.3.7.1. Procesamiento, envasado y embalaje

De acuerdo a la entrevista con el Ingeniero jefe de planta Víctor Morales de la empresa GANDULES INC nos explicó las siguientes etapas:

Acopio, es la compra de materia prima en fundo de los agricultores que se puedan asociar, si es necesario se podría comprar a agricultores de otros lugares

Transporte del campo de los agricultores a planta.

Producción en planta procesadora (área de calidad involucrada):

Selección de materia.

Cepillado y lavado.

Extracción (jugo simple)

Concentradora (jugo concentrado)

Llenado de cilindros.

Mantenimiento en cámara de frío a -18, -20 C.

Dpto exportaciones coordina con naviera el booking y posicionamiento del contenedor reefer.

Almacén de producto terminado carga los cilindros en contenedor desde la cámara de frío. Se empotra el reefer en la cámara de frío, cerrando cualquier fuga de frío con bolsas plásticas.

El Reefer debe estar a -20 C para cargar los cilindros.

3.3.7.2. Logística internacional

a) Recojo de contenedor vacío

Usted coopera con una empresa de transporte o un transitario internacional y coopera con el almacén correspondiente autorizado por la aduana (AAA); por lo tanto, el servicio de transporte del contenedor AAA se utilizará en la planta de procesamiento y se devolverá a AAA desde allí.

b) Contenerización

Para la exportación se utiliza un contenedor 40' Reefer High Cube. La capacidad total es de 135 cilindros de gas, cada uno de los cuales contiene aproximadamente 200 litros de cilindros de gas, que se envían a Holanda (Países Bajos).

La carga de la mercancía se lleva a cabo en un lugar especialmente capaz de realizar tales operaciones. El llenado del contenedor se realiza mediante "montacargas", que ayuda al proceso.

Una vez cerrado el contenedor, es fundamental que el precinto de seguridad esté correctamente colocado, el equipo debe estar intacto hasta que la mercancía llegue al destino holandés, lo que garantiza que la mercancía no haya sido abierta o manipulada durante su transporte interno e internacional. De una manera inapropiada

c) Transito interno

Con el contenedor debidamente cargado, procedemos a las transiciones de las instalaciones de la planta de procesamiento a la AAA correspondiente.

d) Traslado al puerto

Una vez que la carga fue dejada en el almacén de contenedores llenos, el almacén es el responsable de trasladar la mercancía, que se enviará.

e) Tránsito internacional

El puerto de salida es Paita, ubicado en el departamento de Piura, y el puerto de destino es Rotterdam en Holanda. La

empresa de transporte arrendada es responsable de transportar los contenedores al puerto de destino.

Las tarifas de envío internacional se dan en forma de "puerto a puerto", lo que significa que la empresa de carga realiza el transporte desde el puerto de embarque y lo transporta al puerto de destino.

3.3.7.3. Almacenamiento y vida útil (caducidad)

Almacenamiento: Este producto debe mantenerse congelado (18 ° C).

Vida útil: Si se almacena en las condiciones recomendadas, este producto tiene una vida útil de 12 meses a partir de la fecha de producción.

3.3.7.4. Canales de distribución

Para comercializar este producto existen 4 canales de distribución:

- a) Intermediario. Los jugos tropicales, la pulpa y otros jugos que se venden en pequeñas porciones casi continuamente son manipulados por agentes especializados o importadores. Los agentes trabajan a comisión, en lo que los importadores hacen compras en su nombre y venden a los usuarios finales
- b) Importadores de materias primas. Venden los productos a los elaboradores de jugos y bebidas.
- c) Importadores de preparados y mezclas. Dan productos de frutas a consumidores industriales de jugos y bebidas de frutas

d) Usuarios finales industriales. La industria de las bebidas es el más grande consumidor final de materias primas para zumos. Las organizaciones más pequeñas compran en especial a los importadores con equipo de mezcla, mientras tanto que las organizaciones mayores importan de manera directa de la fuente. Con la distinción de las piñas, los jugos tropicales principalmente se compran por medio de importadores con instalaciones de mezcla.

3.3.7.5. Acceso al mercado de la unión europea

Según SIICEX (2015), los productos importados a la UE deben cumplir con diversas leyes y normativas destinadas a proteger la salud humana, animal y vegetal y garantizar la calidad y seguridad de los alimentos en el destino.

Cabe resaltar que los países que quieran exportar sus productos a dicho destinos, tendrán que cumplir a cabalidad todas las barreras arancelarias que la Unión Europea puede poner.

Barreras arancelarias

La Unión Europea se adopta una serie de sistemas de control y regulación para productos que desean ingresar al territorio de la UE para proteger y promover la agricultura dentro de la UE.

3.3.7.6. Requisitos para exportar zumos de frutas a Unión Europea

Normas sanitarias para las bebidas

Según Trade Export Helpdesk (2015), las bebidas en general, deben cumplir ciertos requisitos sanitarios y de seguridad muy exigentes para garantizar que no contienen contaminantes si

quieren ingresar a los mercados de la Unión Europea. El contenido de plomo, estaño o patulina (micotoxina) en zumos de frutas, zumos concentrados reconstituidos y néctar de frutas es limitado.

La tabla N°43 nos muestra las disposiciones aplicables a los néctares de frutas, en ella detalla que en el caso del zumo de otras frutas que pertenezcan a esta categoría el contenido mínimo de zumo o de puré será el 25%. En el caso de zumo o jugo de maracuyá se tendrá que cumplir con este requerimiento mínimo.

Tabla 38*Disposiciones aplicables a los néctares de Frutas*

| Néctares de frutas | Contenido mínimo de zumo o de puré (% del volumen de producto acabado) |
|--|--|
| Frutas de zumo ácido no consumibles en estado natural | |
| Granadilla | 25 |
| Hierba mora de Quito | 25 |
| Grosellas negras | 25 |
| Grosellas blancas | 25 |
| Grosellas rojas | 25 |
| Grosellas silvestres | 30 |
| Frutos de falso espino | 25 |
| Endrinas | 30 |
| Ciruelas | 30 |
| Ciruelas silvestres | 30 |
| Serbas | 30 |
| Agavanzas | 40 |
| Cerezas agrias | 35 |
| Otras cerezas | 40 |
| Arándanos o mirtilos | 40 |
| Granos de saúco | 50 |
| Frambuesas | 40 |
| Albaricoques | 40 |
| Fresas | 40 |
| Moras | 40 |
| Arándanos rojos | 30 |
| Membrillos | 50 |
| Limonos y limas | 25 |
| Otras frutas que pertenezcan a esta categoría | 25 |

Fuente: Diario Oficial de las Comunidades Europeas. (2012).

Documentos para exportación

Como exportadores, los documentos y requisitos para la salida de estas mercancías son los siguientes:

Factura comercial

B/L

Certificado de origen

Certificado Sanitario

Declaración Única Aduanera

Lista de empaque

Tratados

El consenso de libre comercio entre Perú y la Alianza Europea se alcanzó el 28 de febrero de 2010 en Bruselas (Bélgica) y el 19 de mayo de 2010, en el ámbito de la VI Cumbre de Jefes de Estado y el gobierno de Latinoamérica, el Caribe y el Alianza Europea. El tratado además consolida el derecho independiente el ingreso de productos de exportación como el espárrago y paprika, entre otros.

Acuerdo comercial entre la Unión Europea y los países andinos

El consenso asegura el ingreso independiente de impuestos superior al 99% del negocio bilateral con equipos de Europa.

Además de otorgar preferencias arancelarias, el consenso implica inversiones, derechos de propiedad intelectual, compras gubernamentales y preguntas del medio ambiente.

Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

Desde 1971 por la Unión Europea, actualmente el Perú goza de 90% de exportaciones que entran a la Unión Europea libre de aranceles.

3.3.8. Alianzas estratégicas

Se propone desarrollar alianzas estratégicas con:

- a. PROMPERÚ Y GERCETUR, para recibir asistencia técnica para las exportaciones a realizar, en cuanto a mercado, volúmenes y precios. Ambos ubicados en la ciudad de Chiclayo.

PROMPERU CHICLAYO: Las Acacias 136 Urbanización Santa Victoria Chiclayo

GERCETUR: Avenida Sáenz Peña 838 - CHICLAYO

- b. Gandules INC, Proserla S.A. para que les brinde servicio de maquila envase y embalaje de las mercancías a exportar. Ambos ubicados en la antigua panamericana norte pasando el distrito de Jayanca

- c. Gamarra Group para recibir servicio de agenciamiento de aduanas, transporte interno y embarque, ubicado en el Centro Aéreo Comercial del Callao, oficinas 102 A y 103 A, en la Avenida Faucett frente al aeropuerto internacional Jorge Chávez.

3.3.9. Análisis económico

A continuación, mostramos los costos de exportación de un contenedor desde la planta hasta el puerto de Paita bajo los términos FOB

Tabla 39

Estimación de costos de exportación de 01 contenedor de 40 pies refrigerado

TC: S/. 3.25

| INSUMOS | Cantidad | Precio Unit S./ | Total S/. | Total US\$ | PROVEEDOR |
|--|----------|-----------------|-----------------------|--------------------|---------------------|
| COSTOS DIRECTOS | | | \$287,090.00 | \$88,335.38 | |
| Maracuyá x Tm en Planta | 250 | 800.00 | 200000.00 | 61538.46 | Agricultores varios |
| Cilindros Metálicos | 100 | 50.00 | 5000.00 | 1538.46 | Reyemsa |
| Pallets | 22 | 35.00 | 770.00 | 236.92 | Coinsase |
| Zunchos metálicos 5/8x25kgs | 1 | 30.00 | 30.00 | 9.23 | Berko Peru |
| Strech Film (caja x 4 rollos) | 1 | 30.00 | 30.00 | 9.23 | Berko Peru |
| Precinto Seguridad | 1 | 10.00 | 10.00 | 3.08 | Sealer's |
| Servicio de Maquila x Tm. | 25 | 3250.00 | 81250.00 | 25000.00 | Proserla |
| COSTOS INDIRECTOS | | | S/. 5,700.00 | \$1,144.62 | |
| Servicio Logístico Integrado x Contenedor. | 1 | 3500.00 | 3500.00 | 1076.92 | Gamarra Group |
| Certificado fitosanitario. | 1 | 175.00 | 175.00 | 53.85 | SENASA |
| Certificado de Origen. | 1 | 45.00 | 45.00 | 13.85 | CCL. |
| TOTAL COSTOS | | | S/. 292,790.00 | \$89,480.00 | |
| Draw back (-) | 4% | | | -\$3,579.20 | |
| COSTOS con DB | | | | \$85,900.80 | |
| Costo Unitario | | | | \$3,436.03 | |

Elaboración Propia

En la Tabla 40 se muestra la estructura de costos para la exportación de un contenedor de 49 pies refrigerado con 25 TM de jugo de maracuyá. Haciendo un análisis de ganancias para los productores de acuerdo a la encuesta, el 73% regularmente venden su producto menos de S/. 0.50 y el 16% hasta S/. 0.80 (ver tabla 16); en la tabla se considera que se paga a los productores S/. 0.80; por otro lado los precios promedios de año 2014 es de US\$ 4.60 comparándolo con el costo unitario que es de US\$ 3.44, existe un margen de utilidad de US\$1.16. Todo esto demuestra la viabilidad del plan en beneficio de los productores de la asociación.

**CAPÍTULO IV:
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

4.1. Conclusiones

En la actualidad los productores de maracuyá no vinculados en Motupe, muestran que existen deficiencias y restricciones en la zona en estudio que no han podido superarse por ejemplo la carencia de información, capacitación y ayuda técnica, falta de capacidad empresarial, falta de tecnología para mejorar la calidad de sus productos, inconvenientes en el funcionamiento de recursos, reducidas áreas certificadas, entre otras.

El modelo Asociativo permitirá contribuir a una mayor producción y calidad de acuerdo a la demanda del mercado internacional, desarrollando competitividad, con un mayor poder de negociar y de tomar nuevas decisiones. Por ello se presenta el modelo asociativo paso a paso para que con ello los productores sepan cómo ejecutar la toma de decisiones.

La mayoría de la población productora de maracuyá expresó su voluntad de establecer un modelo conjunto de productores de maracuyá en la zona de Motupe. Este es un nuevo modelo que parte de los propios agricultores, y los mismos agricultores son la base principal de la organización y la gestión.

Las exportaciones de maracuyá a nivel nacional se han incrementado mayormente los montos FOB, esto por el incremento del precio a nivel internacional, lo que permitiría que los productores de forma asociada pueden ofertar volúmenes suficientes de acuerdo a las exigencias del mercado.

4.2. Recomendaciones

Poner en práctica el modelo asociativo a nivel de pequeños agricultores de maracuyá, además se orienta a las exportaciones de productos, ya que de forma individual no lo podrían lograr.

Es fundamental que se cambie la mentalidad de los productores de maracuyá para lograr tener una virtud competitiva de forma importante, por esto, más grande producción y calidad, capaces de conseguir sus fines estratégicos habituales y obtener más grandes ganancias.

El estado debe promocionar y asociar a los pequeños productores, para que estos tengan mayor participación en las cadenas productivas, obtengan logrando mejores precios de sus productos y mejorar la calidad de vida y reducir la pobreza y la exclusión social.

Brindar asistencia técnica mirando las exigencias del mercado externo, capacitándolos en buenas prácticas agrícolas, manejo y uso de pesticidas, manejo cosecha y pos cosecha

Llevando a cabo nuevos estudios de mercado para Holanda, el país ha propuesto un plan de negocios futuro que puede enfocarse en determinar cómo se venden los productos agrícolas, lo que traerá mayores ganancias a los países y empresas locales que trabajan en este campo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia peruana de noticia, Andina (2014). Recuperado el 30 de mayo del 2015. Disponible en:

<http://americaeconomia.com/negocios-industrias/exportacion-de-maracuya-peruano-registra-record-en-primer-cuatrimestre-del-año>.

Arce, S. (2006). Relevancia empresarial y competitividad. PROMPEX. Lima, Perú.

Alvarado, J. (2009), "El fantasma de la Asociación Agrícola". En La Revista Agraria N ° 105, págs. 4-5.

Bruna, F. (2007). Crear una empresa de economía social. Planificación de proyectos de cooperativas o sociedades laborales. Madrid: Mis propios pensamientos.

Barrera, A. (2007). Relevancia económica en la cadena productiva". Universidad de Chile. Santiago, Chile. Consultado el 8 de junio de 2012, URL: http://iberpyme.sela.org/DOCUMENTO_FINAL_ASOCIATIVIDAD.pdf

Bowersox (2007). Administración y logística en la cadena de suministro. México. McGraw Hill (Mc Graw Hill).

Centro de Investigación (2011) -Colombia. En su "Manual para Exportadores de Frutas, Hortalizas y Tubérculos Colombianos". Consultado el 16 de mayo de 2015. Disponible en: http://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html.

Consultora Maximixe, (2013), la producción de maracuyá aumentará un 13% en 2013. Economía-lima, recuperado el 11 de mayo de 2015, disponible (s.f). [En línea]. Sitio web:

http://www.rpp.com.pe/2013-01-10-maximixe-produccion-de-maracuya-crecera-13-el-2013-noticias_556704.html.

Coveña, M.R (Ecuador, 2012) en su tesis "Relevancia de las microempresas en la ciudad de Portoviejo como estrategia de crecimiento económico" (s.f). [en línea]. Consultado el 7 de junio de 2015. Visite: <http://repositorio.utm.edu.ec/handle/123456789/7208>.

Carvallo, A. y Gómez, F. (2011). Se propone establecer un modelo de asociaciones empresariales del sector agropecuario en las XV regiones de Arica y Parinacota. Monografías.

Crispin Villavicencio, M. V., López Medina, J.M., Miglori Ceffalo, V.R. y Olivares Yzarra, C.A. (2010). Propuesta para establecer un modelo conjunto para los pequeños productores de pimentón del Valle de Supe. Lima: Universidad ESAN. Monografías.

Cabello, J.M (2012), Aduanas y Comercio Internacional. ("Cuarta Edición") Madrid. Editorial ESIC. Reanudado en mayo de 2015

Castro (A.M.) (2008), "Manual de Exportación", (2ª edición) -Bogotá-Colombia. Reanudado en mayo de 2015.

Comercio y aduanas (2014), recuperado el 21 de junio de 2015, disponible en el siguiente sitio web: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guia para exportar/155-objetivo-exportacion>.

Chong, M. (2012). Diseño del modelo de gestión del desarrollo para pequeñas unidades agrícolas en el Perú rural: un seminario conjunto. UNAMSIL. Lima, Perú.

Dario Biznews. (2010). Consultado el 23 de mayo de 2015. Visite: <http://biznews.pe/noticias-empresariales-nacionales/bajos-precios-maracuya-crean-conflicto-social-en-valles-olmos-y-motupe>

- Duran Hernández, (Bogotá, 2009). Plan de negocios para exportar maracuyá y Cholupa como fruta fresca y / o pulpa a Canadá. (S.f). [en línea]. Recuperado el 11 de mayo de 2015 en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis256.pdf>
- Enrique (Enrique, C.) (2002). El Salvador: Vínculos comerciales entre PYMES. San Salvador. Recuperado del 20 de mayo de 2015, URL: <http://www.iberpymeonline.org/noticias.asp? paso = 1 & id = 147>.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural-Colombia. Insumos y factores relacionados con la producción agrícola en su anuncio mensual (noviembre de 2012) (s.f). [Online]. Consultado el 16 de mayo de 2015.
- Franco, J. (2008). Darse cuenta de la asociación empresarial en el proceso de mejora de la competitividad. Consultado el 20 de mayo de 2015.
- Fondo Monetario Internacional (2010). Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/389/DEFINICIONES%20DEL%20TERMINO%20GLOBALIZACION.htm>
- García, B.F., Mora, C.M. y Alés, G.P. (2009). Frente a la estrategia de competitividad de la industria del calzado globalizada. Revista de estudios regionales, volumen 3, páginas 71-96.
- González, R. (2008). Relevancia: Guía para la formación de grupos afiliados de micro y pequeñas empresas de viajes. Recuperado el 7 de julio de 2013, URL: <http://www.oea-yimesturisticas.com/congreso2008/activo/docbase/documento3.pdf>.

G. Liendo, M. y M. Martínez, A. (2001), "Conectividad, Alternativas para el Desarrollo y Crecimiento de las Pymes". Autor: Universidad Nacional de Rosario - Instituto de Investigaciones Económicas. Rosario-Argentina.

González, Rodrigo, 2008, "Asociación: Lineamientos para la formación de asociaciones de micro y pequeñas empresas turísticas", <http://www.oea-mesturísticas.com/congreso2008/activo/>

Gonzales M.R (Ecuador, 2009). Un proyecto de viabilidad para la producción y exportación de concentrado de jugo de maracuyá a los mercados holandés y alemán. (S.f). [en línea]. Consultado el 15 de mayo de 2015. Visite <http://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/26000/553/1/T-ULEAM-09-0048.pdf>.

Gestión del Área Agrícola-Libertad, en su "Informe de Inteligencia de Mercado" (2011), tomado del 11 de mayo de 2015. Disponible en el siguiente sitio web: http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/informe_inteligencia_de_mercado_maracuya.pdf

ICA-PRODAR y FAO. (2008). Gestión de agronegocios de empresas mixtas rurales. Cursos de formación. Módulo 2: La organización de agronegocios y asociaciones. Lima, Perú.

IICA-PRODAR y FAO (2008), con base en las características del artículo "Empresas y Sociedades Agrícolas" elaborado por la FAO y el Instituto de Cooperación Agrícola de las Américas.

Kotler (1995). Administración y logística en la cadena de suministro. México. McGraw Hill (Mc Graw Hill).

Lozano Monroy, F.D. (2010). La relevancia es un modelo de gestión que promueve las exportaciones de las pymes colombianas. Bogota Colombia.

Lara (J.D.), 2009. La asociación de pequeños productores en organizaciones de agricultores; la cadena del brócoli ". (Sf). [En línea]. Obtenido del 16 de mayo de 2015, disponible en la siguiente URL: [http://repositorio.usfq.edu.ec / bitstream / 23000/8/1 / 87945.pdf](http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/8/1/87945.pdf)

Machado, J. (2001), "globalización", (s.f). [en línea]. Recuperado el 10 de mayo de 2015, el sitio web es: <http://www.forum-global.de/bm/articles/inv/concglob.htm>.

Martínez (2006). Negocios internacionales: medio ambiente y operaciones. Madrid. Esic. editorial.

Márquez, E. (2009), "Comercio y marketing internacional", (4ª edición). Recuperado de mayo de 2015. Río

Mendoza (2013). Huánuco, Perú. La conexión entre los productos granadilla en las provincias de Huánuco y Paqitía se utiliza para generar una oferta exportable. (S.f). [en línea]. Recuperado del 15 de mayo de 2015, sitio web: [www.repositoriodigitalunsm / asociatividad de los productos, Granadilla](http://www.repositoriodigitalunsm/associatividad%20de%20los%20productos%20granadilla)

Mercado de la fruta de la pasión (2011). Recuperado el 15 de mayo de 2015, URL: [ttp://www.infoserca.gob.mx/claridades/revistas/039/ca039.pdf](http://www.infoserca.gob.mx/claridades/revistas/039/ca039.pdf)

Mercado del maracuyá (2011). Recuperado de 15 mayo del 2015. Disponible en: [ttp://www.infoserca.gob.mx/claridades/revistas/039/ca039.pdf](http://www.infoserca.gob.mx/claridades/revistas/039/ca039.pdf)

Ministerio de Agricultura. (2012). Resolución Jefatura No. 032-2012-AG-PCC. Lima, el país.

Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). minagri.gob.pe. Obtenido del formulario de exportación:

<http://www.minagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>

Mincetur (2008). Recuperado el 16 de julio de 2015, la URL es: <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/uep>

Musayon Montaña, L.P. y Núñez Facundo, R.Z. (2014). "Una propuesta de fortalecimiento conjunto para el caso del pequeño apicultor: Asociación Distrital Cascajar Olmos Lambayeque. Chiclayo: Mogrovejo USAT-Monografía.

Narváez, M., Fernández, G., Sénior, A. (2008). Desarrollo local basado en la relevancia empresarial: una propuesta estratégica. Revista fija NúcleoPunto, 24 (57), 74-92.

Niño Rojas, V. M. (2011), "Metodología de investigación de diseño e implementación", (versión U). Bogotá-Colombia, consultado en abril de 2015.

Promoción de la Gestión Económica y Social Rural (2014) CEPIBO. (2015) Central Piurana (CEPIBO), Asociación de Pequeños Productores de Banano Orgánico, (s.f). [en línea]. Consultado el 15 de mayo de 2015.

Pallares, Z (2005). Asociación Empresarial: La respuesta de los pequeños productores a la internacionalización de la economía". Recuperado el 20 de mayo de 2015, URL: <http://www.infomipymehonduras.com/uploaded/content/category/1492845237.pdf>.

Presidente del Consejo de Ministros. (S.f.). Decreto No. 1020. Lima.

Presidente del Consejo de Ministros. (S.f.). Decreto No. 1077. Lima.

Plan de negocios de exportación Bancomext, (2002), Recuperado el 23 de julio del 2015. Disponible en:

Porter (1990). *Competitividad, marco conceptual y análisis de la industria*. Sitio web: <http://www.ec.gba.gov.ar/prensa/Archivo>

Pallares, Z (2005). *Asociación Empresarial: La respuesta de los pequeños productores a la internacionalización económica*". Consultado el 21 de marzo de 2013, URL: <http://www.infomipymehonduras.com/uploaded/content/category/1492845237.pdf>.

Rivero, R (2005) -*Libro Departamento Agrícola. (Primera edición) Disponible en la Universidad Pedro Ruiz Gallo.*

Rosales, R. (1997). *La relevancia como estrategia para el fortalecimiento de las pymes en América Latina y el Caribe: un escenario de oportunidades del siglo XXI*. SELA / AECL. Caracas, Venezuela.

Romero, R. (2009). *Formas de contacto en agricultura y cooperativas*. Revista agrícola. Obtenido del 13 de mayo de 2015, URL: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_41/ANALISIS/5%20Roxana%20Beatriz%20Romero.pdf

El 28 de enero de 2002, el Reglamento 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo (CE) n. Pg. 31, página 1). Salvador Mercado (2000): "*Comercio Internacional*", (4ª edición) -México. Obtenido de junio de 2015, URL: <https://books.google.com.pe/books?id=YHMWlynwS0cC&printsec=frontcover&>

Solano A. Emanuel (2015) *La correlación como estrategia empresarial dirigida a incrementar el nivel de competencia entre los pequeños productores de maracuyá (Passiflora edulis) en Saigón (Tongorrape) -Valle de Motupe-Lambayeque*

- Sunat (2008), "Nueva Ley de Aduanas" (LGA). Disponible en: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm> Los servicios de exportación
- SICEX (2015) se pueden obtener en el siguiente sitio web: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/642962988rad6061F.pdf>
- Rojas, E. (2011). SlideShare. Consultado el 17 de mayo de 2015. Visite <http://es.slideshare.net/rojascorporation/la-maracuya-12770852>.
- Soto, O.A (2014) "Sugerencias para establecer un modelo de asociación para productores de aguacate en Motupe-Lambayeque", disponible en el siguiente sitio web: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Monografías.
- Tapia & Horna (2010) mencionaron a los "Productores del sector Santa Julia Motupe en su trabajo "Resolver el problema de vinculación en la cadena de producción de maracuyá como alternativa a una solución". Disponible: biblioteca Motupe. Monografías.
- Universidad de Costa Rica. (2012). Transferir tecnologías apropiadas para el cultivo de maracuyá a través de sitios de demostración. Agro ALDÍA, 3-6.
- Wicht, J (2014) Asociatividad empresarial (2014), recuperado el 11 de mayo de 2015, disponible en: <http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>
- Velázquez, V. y Rosales, R. (2011). Competencia y cooperación para establecer un sistema productivo local: Organización de la industria del calzado en León, Guanajuato. Economía, sociedad y territorio, 11 (37), 609-644.

ANEXOS



**ENCUESTA PARA LA INVESTIGACION DE:
PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA
PRODUCTORES DE MARACUYA (Passiflora Edulis) EN EL
DISTRITO DE MOTUPE PARA LA EXPORTACION A HOLANDA
2015-2017.**

GENERO: MASCULINO

FEMENINO

LOCALIDAD:

1. Edad:

- a) 25 a 45 años
- b) 45 a 65 años
- c) 65 años a más

2. Tiempo que lleva dedicado a la actividad agrícola:

- a) 0 a 5 años
- b) 5 a 10 años
- c).10 años a más

3. ¿Pertenece usted alguna asociación?

- a). Si ¿Cuál? _____
- b). No

4. ¿Número de hectáreas que posee?

- a) 0 a 5 ha.
- b) 5 a 10 ha.
- b) 10 ha a más

5. ¿Cuántas hectáreas sembradas tiene de maracuyá?

- a) 0 a 5 ha.
- b) 5 a 10 ha.
- c) 10 ha a más

6. ¿Cuántas certificaciones poseen sus cultivos?

- a). 1 a 2
- b). 3 a 4 ¿Cuáles? _____
- c). 5 a más
- d). ninguna

- 7. ¿Utiliza maquinaria en la producción de maracuyá?**
a). Sí . Alquilada
b). No . Propia
- 8. ¿Cuál es el costo aproximado de producción de maracuyá por kilo?**
a). 40 cent. A 50 cent.
b). 60 cent. A 80 cent.
c). 80 cent. A más
- 9. ¿cuál es su rendimiento por cada campaña que produce maracuyá?**
a) 10,000 -15000
b) 15000 - 20000
c).20000 - 25000
d). > - 25000
- 10.¿Utiliza usted algún tipo de pesticidas para producción de maracuyá?**
a). Si
b). No
- 11.¿Conoce Usted los pesticidas permitidos y no permitidos?**
a). Si ¿Cuáles? _____
b). No
- 12. Conoce Usted ¿Cuáles son los niveles de pesticidas permitidos?**
a). Si
b). No
- 13. ¿Qué cultivos poseen?**
a). Maracuyá
b). Maracuyá y mango
c). Maracuyá, Mango y Palta.
- 14. ¿Ha recibido capacitación o asistencia técnica para la mejora de su cultivo e información técnica para la mejora de sus equipos en los últimos años?**
a).Si Por Quién: _____
b).No

15. ¿A qué tipo de clientes le vende su producción?

- a) Agroindustria
- b) Agro exportadora
- c) Acopiador
- d) Supermercado

16. ¿Cree usted formar parte de una asociación le ayudara a mejorar su calidad de vida?

- a). Si
- b). No

17. ¿Les gustaría asociarse?

- a). Si
- b). No

Para qué: _____

18. La creación de un Modelo Asociativo, representaría un mecanismo de cooperación ¿Esto tendría para usted un nivel?:

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

19. ¿Conoce las exigencias del mercado exterior para poder exportar su producto?

- a). Si
- b). No

¿Cuáles?

20. ¿Le gustaría recibir información de cómo poder exportar su producto?

- a). Si
- b). No

Chiclayo, 13 de julio de 2021.

VISTO:

El Oficio N°0063-2021/FACEM-NI-USS, de fecha 12 de julio de 2021, y el proveído del Decano de la FACEM de fecha 13/07/2021, y,

CONSIDERANDO:

Que, la constitución Política del Perú en su Artículo 18° establece que "Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios Estatutos en el marco de la constitución y las leyes"

Que acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, la autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley y demás normativa aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo de gobierno, académico, administrativo y económico. La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la constitución política del estado y de ley Universitaria N° 30220.

Que, según Art. 21° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N°086-2020/PD-USS de fecha 13 de mayo de 2020, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.

Que, según Oficio N°0063-2021/FACEM-NI-USS, de fecha 12 de julio de 2021, el Director de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, Dr. Hugo Redib Espinoza Rodríguez, solicita en vías de regularización, aprobación del proyecto de investigación de los egresados que se detallan en la parte resolutive del presente documento,

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR en vías de regularización, el título del Proyecto de Investigación de los egresados de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, según se indica en cuadro adjunto:

| N° | AUTOR(a) (es) | TÍTULO DE INVESTIGACIÓN | LÍNEA DE INVESTIGACIÓN |
|----|---|--|--------------------------------------|
| 1 | - ROJAS IBAÑEZ JUVISSA GARDENIA - SALAS OLANO CARITO DELICIA | PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES DE MARACUYÁ (PASSIFLORA EDULIS) EN EL DISTRITO DE MOTUPE PARA LA EXPORTACIÓN A HOLANDA | GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO |

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES
Decano(a)
Facultad de Ciencias Empresariales




Mg. Carla Arceca Reyes Reyes
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

Acta de originalidad de informe de investigación

Yo, ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO, docente de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1374-FACEM-USS-2015 de los estudiantes: Rojas Ibañez Juvissa Gardenia, Tesis: PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES DE MARACUYÁ (*Passiflora edulis*) EN EL DISTRITO DE MOTUPE PARA LA EXPORTACIÓN A HOLANDA 2015 – 2017.

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 14 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante software de similitud.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva de Similitud aprobada mediante Resolución de Directorio N° 016-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 16 de marzo de 2021



MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo
DNI N° 44308266

PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES DE MARACUYÁ (*Passiflora edulis*) EN EL DISTRITO DE MOTUPE PARA LA EXPORTACIÓN A HOLANDA 2015 – 2017

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|------------------|------------------|--------------|----------------|
| 14% | 14% | 1% | % |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----------|--|---------------|
| 1 | creativecommons.org Internet Source | 4% |
| 2 | repositorio.uss.edu.pe Internet Source | 2% |
| 3 | hdl.handle.net Internet Source | 1% |
| 4 | repositorio.ucv.edu.pe Internet Source | 1% |
| 5 | www.slideshare.net Internet Source | 1% |
| 6 | docplayer.es Internet Source | 1% |
| 7 | www.theibfr.com Internet Source | <1% |
| 8 | es.slideshare.net Internet Source | <1% |

FORMATO N° T1-VRLUSS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)

(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 22 de Julio de 2021

Señores
Vicerrectorado de investigación
Universidad Señor de Sipán

Presente.-

El suscrito:

Yo, Juvissa Gardenia Rojas Ibañez con DNI 48068406. En mi calidad de autor exclusivo del trabajo de grado titulado:

PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO A PRODUCTORES DE MARACUYÁ (*Passiflora edulis*) EN EL DISTRITO DE MOTUPE PARA LA EXPORTACIÓN A HOLANDA 2015 – 2017, presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el título de LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de Negocios Internacionales, por medio del presente escrito autorizo al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional - <http://repositorio.uss.edu.pe/>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N°822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

| APellidos y Nombres | Número de Documento de Identidad | Firma |
|----------------------------------|----------------------------------|--|
| ROJAS IBÁÑEZ JUVISSA GARDENIA | 48068406 |  |