



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región

Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES

Montesinos Wong, Oscar Alejandro (0000-0003-0582-3498)

Carrillo Dextre, Gonzalo Alonso (0000-0002-7198-2115)

ASESOR

Azabache Morán, Carlos Alberto (0000-0002-0456-0932)

Lima, 01 de agosto de 2022

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi madre Karina Wong y a mi padre Oscar Montesinos, por su constante apoyo durante todo el largo proceso de la elaboración del trabajo, y a Andrea Méndez por su apoyo moral en este proceso.

Montesinos Wong, Oscar

“Este trabajo se lo dedico a toda mi familia que me brindó su apoyo en todo momento de mi vida académica y profesional”

Carrillo Dextre, Gonzalo

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos al señor por cuidarnos en esta nueva etapa profesional. Por otro lado, agradecemos a nuestra familia que siempre nos apoyó desde un inicio y creyó en nosotros en este gran paso a nivel académico y profesional.

Además, agradecer a nuestro asesor Carlos Azabache por su constante apoyo durante toda la elaboración del trabajo de investigación, por apoyarnos en cada duda y corrección que se tuviera de la tesis. Agradecidos con las personas pertenecientes al sector público que nos brindaron tiempo y conocimientos para el análisis del trabajo.

Para finalizar, se agradece el apoyo de las asociaciones y/o cooperativas exportadoras, por su comprensión y tiempo para realizar las entrevistas y encuestas necesarias para elaborar un completo análisis del trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”, con el fin de determinar un modelo positivo que fomente a las organizaciones a iniciar su proceso de internacionalización. Para ello, se desarrolla el marco teórico, las bases teóricas relacionadas a la competitividad, asociatividad y exportaciones de cacao. Además, se determina la situación actual del sector agropecuario, exportación de cacao, así como el marco contextual del departamento de Junín.

En adición, se identifica el problema y sus causas, así como el diagnóstico situacional de las exportaciones de cacao a nivel nacional y regional, la competitividad nacional y la asociatividad a nivel local e internacional. Adicionalmente, se determina el problema, las hipótesis y objetivos asociados a la realidad problemática. La metodología de la investigación es mixta, no experimental y transeccional. Para el análisis cuantitativo se realizó encuestas a asociaciones del sector y para el análisis cualitativo, se entrevistó a expertos en exportaciones agropecuarias y asociatividad.

Finalmente, se determinó que la competitividad tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020. Asimismo, se accede a una mayor cantidad de recursos (producto del financiamiento) y a un mayor conocimiento de internacionalización (producto de las capacitaciones). Por otro lado, el Estado brinda apoyo sobre la asociatividad a los interesados; sin embargo, este apoyo no es eficiente para lograr un efecto sólido en el sector.

Palabras Claves: Asociatividad; Recursos tecnológicos y financieros; Estado; participación de mercado; internacionalización; oferta exportable.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the effect of competitiveness on cocoa exports from the Junín region generated by associativity in the 2015-2020 period, in order to determine a positive model that encourages organizations to start their process of internationalization. For this, the theoretical framework is developed, the theoretical bases related to competitiveness, associativity and cocoa exports. In addition, the current situation of the agricultural sector, cocoa export, as well as the contextual framework of the department of Junín is determined.

In addition, the problem and its causes are identified, as well as the situational diagnosis of cocoa exports at the national and regional levels, national competitiveness and associativity at the local and international levels. Additionally, the problem, hypotheses and objectives associated with the problematic reality are determined. The research methodology is mixed, non-experimental and transactional. For the quantitative analysis, surveys were conducted to associations of the sector and for the qualitative analysis, experts in agricultural exports and associativity were interviewed.

Finally, it was determined that competitiveness had a positive effect on cocoa exports from the Junín region generated by associativity in the 2015-2020 period. Likewise, there is access to a greater amount of resources (product of financing) and a greater knowledge of internationalization (product of training). On the other hand, the State provides support on associativity to those interested; however, this support is not efficient to achieve a solid effect in the sector.

Keywords: Associativity; technological and financial resources; Condition; market share; internationalization; exportable supply.

ÍNDICE

Capítulo I. Marco Teórico	4
1.1 Antecedentes de la Investigación	4
1.1.1. Antecedentes nacionales.....	5
1.1.2. Antecedentes internacionales.	26
1.2 Marco Conceptual	47
1.3 Bases Teóricas.....	48
1.3.1 Teorías de la asociatividad.	48
1.3.2 Modelos y etapas de la asociatividad.	49
1.3.3 Internacionalización de las cooperativas.	51
1.3.4 Redes de internacionalización de empresas.	53
1.3.5 Teoría de recursos y capacidades.	55
1.3.6 Teoría de la competitividad.....	57
1.4 Operalización de Variables y Dimensiones de la Investigación	61
1.4.1 Variable independiente: asociatividad.....	63
1.4.2 Variable independiente: competitividad.....	67
1.4.3 Variable dependiente: desempeño de las exportaciones de cacao.....	68
1.5 Cacao.....	69
1.5.1 Historia del cacao.	69
1.5.2 Medidas normativas del cacao.....	70

1.5.3 Región Junín.....	71
1.6 Exportación de Cacao	75
1.6.1 Exportación de cacao mundial.....	75
1.6.2 Producción nacional de cacao.	77
1.6.3 Exportación nacional de cacao.	79
1.6.4 Exportación de cacao en Junín.	82
Capítulo II. Plan de Investigación.....	86
2.1 Realidad Problemática	86
2.2 Formulación del Problema	97
2.2.1 Problema principal.....	99
2.2.2 Problemas secundarios.	99
2.3 Objetivos	100
2.3.1 Objetivo general.	100
2.3.2 Objetivos específicos.....	100
2.4. Hipótesis.....	100
2.4.1 Hipótesis general.	101
2.4.2 Hipótesis específicas.	101
2.5 Justificación o Relevancia de la Investigación.....	101
2.5.1 Justificación teórica.	102
2.5.2 Justificación práctica.	104
2.5.3 Justificación metodológica.	108

Capítulo III. Metodología de Trabajo	110
3.1 Enfoque de Investigación y Desarrollo	110
3.1.1 Diseño metodológico.....	113
3.1.2 Limitaciones y parámetros.	116
3.3 Población y Muestra.....	117
3.4 Mapeo de Actores Clave	125
3.5 Instrumentación.....	128
3.5.1 Técnica de recolección de datos.	128
3.5.2 Confiabilidad del instrumento cualitativo.	131
3.5.3 Confiabilidad del instrumento cuantitativo.	133
3.6 Consideraciones Éticas.....	134
Capítulo IV. Desarrollo y Aplicación	136
4.1 Aplicación Cualitativa.....	136
4.1.1 Herramienta cualitativa.	136
4.2 Aplicación Cuantitativa.....	139
4.2.1 Herramienta cuantitativa.	139
Capítulo V: Análisis y Discusión de los Resultados.....	143
5.1 Análisis Cualitativo: Entrevistas a Profundidad	143
5.1.1 Perfil de los entrevistados.....	144
5.1.2 Punto de saturación.....	145
5.1.3 Análisis y resultados.....	146

5.1.4 Análisis de resultados de entrevistas a profundidad.....	149
5.1.5 Validación de resultados cualitativos.	166
5.2 Análisis Cuantitativo: Encuestas.....	174
5.2.1 Comprobación de uso del análisis factorial.....	174
5.2.2 Determinación del número de componentes.	175
5.2.3 Interpretación de resultados.....	176
5.2.4 Validación de resultados cuantitativos.	178
Conclusiones.....	190
Recomendaciones	194
Referencias Bibliográficas.....	197
ANEXOS	216

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Diamante competitivo de Porter. Adaptado de "Diamante de la Competitividad de Porter", por Michael Porter, 1990.....	59
<i>Figura 2.</i> Exportaciones mundiales de cacao en el período 2000-2015. Adaptado de "Estudio del cacao en el Perú y en el mundo", por Ministerio de Agricultura y Riego, 2016.	76
<i>Figura 3.</i> Comportamiento de la producción nacional de cacao en grano durante el periodo 2000-2020, expresado en miles de toneladas. Adaptado de "Observatorio de Commodities: Cacao", por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riesgo, 2021.....	78
<i>Figura 4.</i> Los 9 Objetivos prioritarios de la Política Nacional. Adaptado de “Política Nacional de Competitividad y Productividad”, por Consejo Nacional de Competitividad y Formalización.	95
<i>Figura 5.</i> Isologo de Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga.	120
<i>Figura 6.</i> Logotipo de Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa Lt	120
<i>Figura 7.</i> Isologo de Cooperativa Agraria Ecológica Cacaotera Valle Rio Ene – COOPAVRE.....	121
<i>Figura 8.</i> Isologo de Cooperativa Agraria Intercultural Café y Cacao de Rio Tambo – VRAEM.....	121
<i>Figura 9.</i> Isologo de Cooperativa Agraria Innovación Cacao y Café del VRAEM.....	121
<i>Figura 10.</i> Logotipo de Cooperativa Agropecuaria de Servicios Valle del Cunus Limitada.....	122
<i>Figura 11.</i> Isologo de Cooperativa Agroindustrial Sonomoro Ltda.....	122
<i>Figura 12.</i> Imagotipo de Cooperativa de Producción Especial de la Selva Central del Perú.....	123
<i>Figura 13.</i> Isologo de Asociación de productores cacao VRAE.....	123

<i>Figura 14.</i> Imagotipo de Asociación de productores Kemito - ENE- ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROSOSTENIBLES VILLA ECOLOGICA PERU.	124
<i>Figura 15.</i> Isologo de Asociación de productores Agrosostenibles Villa Ecológica Perú.	124
<i>Figura 16.</i> Isologo de Asociación Central de Productores Orgánicos del Perú.	124
<i>Figura 17.</i> Base de datos de conceptos de entrevistas. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.....	147
<i>Figura 18.</i> Repartición de conceptos de entrevistas. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.....	147
<i>Figura 19.</i> Codificación de la información de acuerdo a las respuestas de los expertos. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.	149
<i>Figura 20.</i> Red de categorías del desempeño en las exportaciones de cacao. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.....	150
<i>Figura 21.</i> Red de categorías de la participación de mercados. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.....	153
<i>Figura 22.</i> Red de categorías de la promoción del Estado. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.....	157
<i>Figura 23.</i> Red de categorías de los recursos y habilidades. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.....	161
<i>Figura 24.</i> Prueba de KMO y Bartlett. Adaptado de " Programa Informático <i>Statistical Package for the Social Sciences</i> ", SPSS, 2022.	175
<i>Figura 25.</i> Gráfico de sedimentación. Adaptado de " Programa Informático <i>Statistical Package for the Social Sciences</i> ", SPSS, 2022.	175
<i>Figura 26.</i> Varianza total explicada. Adaptado de " Programa Informático <i>Statistical Package for the Social Sciences</i> ", SPSS, 2022.	176

<i>Figura 27.</i> Los mercados destino de las exportaciones de cacao fueron más accesibles debido a la asociatividad durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	179
<i>Figura 28.</i> El número de asociados influyen en tener una mayor participación en el mercado internacional para el producto cacao. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	180
<i>Figura 29.</i> El Estado ha invertido lo suficiente para promocionar la asociatividad en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	182
<i>Figura 30.</i> El Estado ha desarrollado e implementado con éxito programas de capacitación para las asociaciones y/o cooperativas. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	183
<i>Figura 31.</i> La promoción de la asociatividad por parte del Estado ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	183
<i>Figura 32.</i> Las habilidades en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, exportación) obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	186
<i>Figura 33.</i> El conocimiento del proceso de exportación obtenida por la asociatividad tuvo un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	186
<i>Figura 34.</i> Los recursos financieros y tecnológicos obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.	187

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Antecedentes Nacionales</i>	21
Tabla 2 <i>Antecedentes Internacionales</i>	42
Tabla 3 <i>Etapas de la asociatividad</i>	50
Tabla 4 <i>Valor Agregado Bruto 2021 de la región Junín</i>	72
Tabla 5 <i>Exportaciones mundiales de cacao en grano</i>	77
Tabla 6 <i>Producción regional de cacao en grano</i>	79
Tabla 7 <i>Exportaciones tradicionales y no tradicionales en el Perú</i>	80
Tabla 8 <i>Exportaciones peruanas de cacao y derivados</i>	81
Tabla 9 <i>Exportación de productos tradicionales y no tradicionales en la región Junín</i>	83
Tabla 10 <i>Exportaciones agropecuarias de la región Junín</i>	84
Tabla 11 <i>Exportaciones de la región Junín de cacao y derivados</i>	85
Tabla 12 <i>Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en el Perú</i>	91
Tabla 13 <i>Enfoque de antecedentes de la investigación</i>	111
Tabla 14 <i>Tipos de diseños cualitativos</i>	114
Tabla 15 <i>Criterios de inclusión y exclusión</i>	117
Tabla 16 <i>Tamaño de muestra</i>	118
Tabla 17 <i>Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín</i> ..	119
Tabla 18 <i>Grupo de actores</i>	126
Tabla 19 <i>Asociaciones y cooperativas exportadoras de Junín</i>	130
Tabla 20 <i>Resumen de validación de instrumento cualitativo por experto</i>	132
Tabla 21 <i>Estadística de fiabilidad: Alfa de Cronbach</i>	134
Tabla 22 <i>Resumen de expertos entrevistados</i>	144
Tabla 23 <i>Matriz de coeficiente de puntuación</i>	176

Introducción

Alrededor del mundo, la demanda por las exportaciones internacionales de productos no tradicionales ha ido aumentando paulatinamente con el crecimiento de cada país. Esto se explica por la gran variedad de formas y áreas de cultivo de los diferentes productos, por lo que la calidad de estos varía. Existen diferentes factores que afectan a las exportaciones de estos productos, tal como es la competitividad en mercados internacionales. Además, para realizar una exportación adecuada, es necesario tener las herramientas y conocimientos para ingresar a mercados internacionales, así como financiamiento para costos de exportación (PromPerú, 2014). Sumado a esto, la diferencia entre las empresas exportadoras que están consolidadas en el país, las cuales cuentan con la experiencia y conocimiento para realizar múltiples exportaciones, y los pequeños productores agrícolas es abismal, debido a que no se encuentran en las mismas condiciones. A raíz de esto, la asociatividad surge como respuesta en términos de competitividad para aquellas personas y/o empresas que busquen iniciar su proceso de internacionalización en mercados donde la competencia incluye diferentes dimensiones. Bajo esta idea, el presente trabajo de investigación se centra en el sector agroindustrial, con el cacao como producto principal.

La presente investigación lleva como título: Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020. Durante el Capítulo I se han desarrollado diversos trabajos de investigación entre *papers* y tesis, las cuales muestran hallazgos que coinciden con las variables del presente trabajo. Estas fuentes son de ámbito nacional e internacional obtenidas de repositorios académicos y recursos de investigación. Asimismo, se desarrollan las bases teóricas que responden a los factores de asociatividad y competitividad, tales como: teorías, modelos y etapas de la asociatividad, internacionalización de las cooperativas,

redes de internacionalización de empresas, teoría de recursos y capacidades y teoría de la competitividad.

En el Capítulo II se plantea la realidad problemática y la formulación del problema. Este último se desarrolló mediante el estudio de los antecedentes mencionados en el apartado anterior, contrastando el contexto nacional con otros mercados e indicando los factores de la realidad problemática. En adición, se plantea el siguiente objetivo general: Determinar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020. Sumado a esto, se plantean los objetivos específicos, hipótesis general e hipótesis específicas, con la respectiva justificación y relevancia de la investigación. En el Capítulo III se aborda el tema de la metodología de trabajo, el enfoque de la presente investigación es mixto no experimental y transeccional; la operacionalización de las variables muestra como variable dependiente a las exportaciones de cacao y como variables independientes a la asociatividad y la competitividad; la población de estudio son 15 empresas entre asociaciones y cooperativas exportadoras pertenecientes a la región de Junín; los actores claves para esta investigación son expertos dentro del sector agroindustrial de cacao; finalmente, se establecen las técnicas de recolección de datos mediante entrevistas a profundidad a los expertos para el enfoque cualitativo y encuestas a las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao para el enfoque cuantitativo.

En el Capítulo IV, se desarrolla la información obtenida mediante el enfoque cualitativo y cuantitativo. En el caso del cualitativo, se plantea los perfiles de los entrevistados pertenecientes a entidades privadas y públicas como: MINCETUR, PromPerú y asociaciones exportadoras. Se obtienen sus respuestas y se interpretan mediante el uso del software Atlas.ti 22. En el caso del cuantitativo, se desarrollaron las respuestas de las 15

asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en Junín mediante el uso del programa SPSS.

En el Capítulo V se analiza los resultados obtenidos mediante el enfoque mixto con *papers* trabajados en capítulos anteriores. Asimismo, se validan las hipótesis planteadas en el Capítulo II y se analizan los objetivos.

Capítulo I. Marco Teórico

El punto de inicio de los antecedentes de la investigación es parte vital para el correcto desarrollo del trabajo de investigación. Debido a esto, en el presente capítulo se estudiaron los antecedentes nacionales y también los de ámbito internacional; asimismo, se analizaron las bases teóricas de los trabajos pasados, con el fin de utilizar los estos estudios relacionados al tema en cuestión con fines de análisis e interpretación.

En primer lugar, se plantean los antecedentes nacionales e internacionales que trabajen la relación existente entre desempeño exportador, asociatividad y competitividad. Se realizó una búsqueda exhaustiva sobre los trabajos de investigación, se consideraron sólo aquellos que realizaban un estudio detallado y siguiendo la metodología estricta sobre los hallazgos.

Lo siguiente que se analizó fue el marco conceptual junto con las bases teóricas que abarca la plenitud de la investigación. Estos puntos son importantes para el completo entendimiento del trabajo de investigación y que logre seguir un hilo de lectura.

1.1 Antecedentes de la Investigación

La relevancia de los antecedentes se basa principalmente en brindar un valor considerable, dado que permiten tener como referencia los estudios previamente desarrollados por otros autores y que puedan dar una mayor claridad a la hora de establecer el enfoque de la investigación, dado que estos se basan en argumentos sólidos. A continuación, se brindará un resumen de las fuentes y documentos utilizados para esta investigación.

Las fuentes nacionales e internacionales fueron extraídas de diversas fuentes como son los repositorios universitarios, recursos de investigación (*Scopus, JStore, Web of Science*) entre otros.

En adición, los documentos investigados, y que son tomados como referencia para el desarrollo del estudio, fueron de suma importancia, debido a que estas investigaciones relacionadas al ámbito nacional e internacional brindaron un enfoque similar, pero fueron abordadas de distintas maneras, como es el caso de Colombia o Chile, en los cuales si bien se utiliza las asociaciones como el medio para poder desarrollar un comercio más sostenible y beneficioso para todos los involucrados, en el caso de Bogotá (Colombia) se crearon los que se conocen como “mercados campesinos”, mientras que en Chile se aplicaron las cooperativas que no sólo están enfocadas en el sector agropecuario, sino que esto beneficia a sectores como salud, educación entre otros.

Para poder desarrollar una correcta investigación es necesario tomar en consideración los antecedentes que sean relevantes y enfocados con la misma línea del proyecto a tratar, como es la asociatividad y el impacto que ha generado para que las empresas hayan alcanzado un mejor desenvolvimiento a nivel tanto local como internacional. Además, se tomarán como base los diversos procesos de internacionalización propuestos por diversos autores para explicar las actividades que realizan las organizaciones a nivel mundial con el fin de generar un avance mayor y generar una ventaja competitiva frente la competencia. Asimismo, se comentarán y explorarán los distintos documentos, noticias o tesis que hayan realizado un estudio similar.

A continuación, se presentarán los antecedentes que sirvieron como base para analizar la relación de la asociatividad, competitividad y exportaciones.

1.1.1. Antecedentes nacionales.

En este punto de la investigación, se plantean y analizan los antecedentes nacionales, los cuales permitirán entender el contexto de los componentes de la presente investigación respecto a la asociatividad, competitividad y exportaciones. Los antecedentes justifican la viabilidad de la investigación y de la realidad problemática.

Allende (2019) en su tesis *“La asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la cooperativa Boza del distrito de Aucallama en Huaral, periodo 2018”*, publicada en el Repositorio Académico de la Universidad San Martín de Porres, desarrolla un diseño de investigación no experimental debido a la falta de manipulación de variables. El trabajo de investigación desarrolló un enfoque mixto y siguiendo un alcance descriptivo debido a que se tuvo que observar el comportamiento de productores de lechuga. El autor buscó dar propuestas de mejora directamente relacionadas a los problemas que afrontaban estos productores de la Cooperativa Boza en su producción y comercialización.

Según los resultados obtenidos, las conclusiones de la investigación determinan que los factores de capacidad de producción y nivel de organización influyen en el éxito de la asociatividad. Este último factor está relacionado con la exigencia de los productores por parte del Estado para brindar apoyo adicional. Por otro lado, el autor señala que la creación de asociatividad entre productores logrará una mejora en la capacidad de producción, y, por consiguiente, el desarrollo de una posible oferta exportable en el distrito de Aucallama. Los productores de esta zona presentan un nivel de organización precario e influye en la producción masiva de lechugas; asimismo, el precio y rentabilidad obtenida disminuyen.

Se considera esta investigación como antecedente debido a que se estudia la asociatividad como respuesta ante los problemas de producción entre los pequeños productores de la zona. Asimismo, las recomendaciones de la investigación están orientadas hacia el apoyo necesario que deben recibir estos productores por parte del Estado, con el fin de implementar la asociatividad para exportar y, de esta manera, iniciar un proceso de internacionalización. El apoyo del Estado se plantea como capacitaciones y charlas por parte de instituciones como Sierra Exportadora, MINCETUR, AGROIDEAS, etc.

Mucha (2017) en su tesis titulada *“Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur”*, publicada en el Repositorio Académico de la Universidad San Martín de Porres, desarrolla un enfoque mixto, descriptivo y explicativo, debido a que busca obtener datos que se complementen sobre un mismo problema de investigación. Se realizaron entrevistas a 11 asociaciones y empresas que formaron parte de la población de estudio. Esta investigación busca explicar las ventajas de implementar la asociatividad entre productores y comercializadores de quinua en la región Junín, con el objetivo de que estos puedan participar en mercados internacionales que aún no han sido explorados por la precariedad de los recursos y el escaso conocimiento de temas de internacionalización hacia mercados como Corea del Sur.

De acuerdo con los hallazgos de la investigación, la iniciativa de la asociatividad es apoyada por el Estado por medio de los gobiernos regionales y actores relacionados al sector agropecuario; sin embargo, este apoyo no logra cumplir con algunos estándares de calidad internacional debido a la mayor presencia de asociaciones. Producto de la asociatividad, la productividad y la calidad de la quinua han mejorado; así como el acceso a recursos financieros. Sin embargo, la gestión de estas asociaciones y la fiscalización deben ser mejoradas por parte del Estado, así como el conocimiento sobre el proceso de internacionalización de estas organizaciones.

Este trabajo se considera como antecedente para la investigación debido a que aborda la asociatividad como un medio para mejorar la competitividad de cada uno de los miembros de la organización. Asimismo, establece una alta importancia respecto al apoyo del Estado mediante charlas y capacitaciones que permitan al productor adoptar el modelo asociativo que mejor se le adecue. Se toma el conocimiento del mercado internacional como un factor decisivo al momento de crecer como organización. El autor plantea alinear los objetivos de

la asociación en términos de internacionalización para garantizar el éxito a largo plazo en este tipo de mercados.

Canaza (2014) en su investigación *“La Asociatividad de Productores Rurales una Herramienta para la Oferta Exportable de Quinua – Cabana 2014.”*, publicada en el Repositorio de tesis de la Universidad Católica de Santa María, desarrolla una investigación cuantitativa y cualitativa para tratar el problema de investigación sobre la asociatividad y las exportaciones de quinua. El problema se enfoca hacia los pequeños agricultores de quinua, los cuales no pueden desarrollar la competitividad mediante sus propios esfuerzos. Esto debido, principalmente, a la falta de tecnología para mejorar sus procesos y al poco conocimiento para iniciar un pequeño proceso de internacionalización. De acuerdo con la contextualización del problema, los agricultores que se encuentran asociados representan un pequeño grupo, los cuales compiten con medianas empresas.

De acuerdo con los resultados obtenidos, estos reflejan una clara diferenciación en varios temas entre los productores asociados y los que no lo están. En primer lugar, el productor que no utiliza la asociatividad como herramienta de competitividad tiene carencias de información, el acceso y soporte técnico de la tecnología es nulo, sumado a que no desarrolla un conocimiento empresarial, por lo que el aumento de producción es prácticamente imposible. Por otro lado, el productor asociado, sí tiene capacidad de acceder a todos los puntos antes mencionados, incluyendo el factor del financiamiento, con lo que puede aumentar el volumen de producción e iniciar su proceso de internacionalización mediante exportaciones a nuevos mercados.

De acuerdo con las conclusiones de la investigación, la asociatividad es una herramienta que contribuye a la oferta exportable de grano de quinua, debido a que logra afrontar los obstáculos causados por la globalización al aumentar la producción en la dirección de la estandarización, cumpliendo a regla los estándares de calidad y la producción requerida.

Esta investigación se considera como antecedente debido a que se analiza a la industria agricultora mediante el producto quinua para relacionar el uso de la asociatividad con esta; además, se demuestra que cuando los agricultores utilizan la herramienta de la asociatividad, su competitividad aumenta y les permite mejorar procesos, con el objetivo de competir con empresas que tienen presencia internacional. Además, esta investigación aporta como antecedente debido a que, mediante la asociatividad, un agricultor puede iniciar paulatinamente su proceso de internacionalización por medio de exportaciones, y de esta manera obtener presencia en mercados internacionales y competir tanto con empresas medianas como con grandes exportadoras.

Ochoa e Infante (2021) en su tesis titulada *“Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 - 2020”*, publicado en el repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo, desarrollaron variables tales como: Capacidad gerencial, Asociatividad y Calidad; además, tuvo como variable dependiente a las exportaciones de uvas frescas.

Los autores concluyeron que sus tres variables tienen relación con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas. En el caso específico de la asociatividad, dicho modelo ayuda a aumentar el nivel de ventas de los productores, agricultores y empresas. Al formar parte de una asociación o cooperativa, pueden alcanzar los requerimientos de sus clientes tanto nacionales como internacionales. Esta tesis sirve a la presente investigación debido a que aporta al tema de exportaciones de la agroindustria y desarrolla variables como asociatividad e internacionalización.

Por consiguiente, esta investigación se considera como antecedente porque plantea cómo los factores de asociatividad e internacionalización son importantes para el sector agroindustrial, sector del cual se verá enfocada la presente investigación. Asimismo, se

puede observar la relación de las asociaciones y cooperativas en el desempeño de las exportaciones en un periodo de tiempo específico para analizar las causas de las variaciones de la oferta exportable. Por otro lado, la investigación señala que, mediante la herramienta de la asociatividad, los productores y agricultores pueden atender las grandes cantidades que se solicitan en el mercado internacional, lo cual no podrían hacer debido a su poca capacidad de producción. Este antecedente aporta a la presente investigación porque evidencia que la asociatividad está fuertemente relacionada a un aumento de exportaciones y, por consiguiente, a un inicio del proceso de internacionalización.

Moscoso y Rodríguez (2020) en su tesis titulada “*Análisis de las Capacidades Dinámicas en la Internacionalización de Asociaciones y Cooperativas Agrarias en la región de Cusco, año 2019*”, publicada en el Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, utilizó una investigación mixta, mediante el uso de la herramienta cualitativa de entrevistas a profundidad, y la herramienta cuantitativa de encuestas a asociaciones vinculadas a la agroindustria. Se entrevistaron a expertos en el rubro, tales como el director ejecutivo de la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP), al jefe de la oficina Macro Regional Sureste de Promperú. Los autores determinaron que sí existe una relación entre las capacidades dinámicas y la internacionalización de cooperativas y asociaciones, esto va de la mano con el grado de asociatividad en la empresa.

Este antecedente es fundamental para el desarrollo del tema de estudio, porque ahonda en el tema de las asociaciones y cooperativas desde su historia y la evolución de estas. Los autores concluyen que la confianza es un punto vital para la creación y funcionalidad de las asociaciones, debido a que esta limita el correcto desempeño de otras estrategias comerciales. Sin embargo, esta estrategia, para nuestra región, es potencialmente útil si se puede regular e incentivar de manera correcta. Además, este antecedente apoya a la

obtención de mayor conocimiento sobre el impacto de la asociatividad en otras regiones y con otros productos no tradicionales que tienen potencial de internacionalización.

Fernández y Loayza (2020) en su tesis *“Efectos de la asociatividad en las exportaciones de café orgánico de la selva central del Perú en el periodo 2016-2018”*, publicado en el Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, desarrollaron una investigación mixta mediante cuestionarios a las asociaciones y cooperativas cafetaleras.

Las conclusiones de los autores señalan que hay indicadores que explican los efectos de la asociatividad en las exportaciones del café orgánico como son: deficiente acceso al crédito, bajo nivel educativo, bajos estándares de calidad, bajo grado de confianza. Esta investigación desarrolla factores externos que influyen en el desempeño de las asociaciones y las exportaciones. De esta manera, la consecuencia más resaltante del modelo asociativo es aumentar los volúmenes de producción, para tener una mayor capacidad productiva para afrontar las altas demandas de mercados en el extranjero.

Este antecedente brinda una visión más detallada sobre la realidad de las asociaciones y cooperativas en el desempeño de la internacionalización de los productos no tradicionales. Además, en esta investigación se emplearon tanto la variable dependiente, siendo esta las exportaciones de café orgánico, y la variable independiente relacionada con la asociatividad de los caficultores. Ambas variables están relacionadas, dado que es necesario contar con la participación de las asociaciones y su manejo de los recursos para que las exportaciones e ingreso a nuevos mercados puedan darse de manera más efectiva. Asimismo, los hallazgos de esta tesis pueden ser emulados en otras regiones del interior del país, como es el caso de la región estudiada en el presente trabajo de investigación: Junín.

Los autores Aquino y Quijandría (2019) en su investigación *“Factores que influyeron en las exportaciones de uva fresca de las Pymes en la Región Ica: Periodo 2013-2017”*, publicada en el Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, estudiaron de manera crítica los factores, tanto externos como internos, del momento en que una Pyme decide internacionalizarse. Los autores desarrollaron una investigación cuantitativa mediante el uso de encuestas directamente a las Pymes del sector agroexportador de uva. Se utilizó como variable dependiente “la exportación de uva fresca” y como variables independientes los factores internos (tamaño de la empresa, antigüedad de la empresa, nivel de conocimiento y geografía) y los factores externos (programas de apoyo por parte del Estado, clima, tipo de cambio, barreras comerciales).

Se concluyó que el impacto que tienen los factores externos frente a los internos es más significativo en el momento que una Pyme inicia su proceso de internacionalización y empieza a exportar uva fresca en otros países.

Se escogió como antecedente para el presente trabajo de investigación, debido principalmente al desarrollo de los factores más importantes para las Pymes al momento de exportar. Un punto importante como resultado de su investigación fue el apoyo del Estado en términos de conocimiento y financiamiento para las Pymes, relacionado con el incremento de los volúmenes y valor de exportaciones. Estas empresas sienten el apoyo y crean un interés para exportar y crecer. Además, este antecedente es importante porque se debe considerar que algunos factores mencionados en esta tesis se relacionan con las exportaciones de cacao; en adición, el tema de la participación del Estado en las exportaciones va de la mano con el apoyo e incentivos que se deben de mejorar o crear para que las Pymes sean apoyadas por grandes empresas, y los agricultores apoyados por programas de apoyo para financiamiento y mejora de procesos productivos.

Oré (2016) en su investigación titulada “*Asociatividad para la exportación directa de tapices de la ciudad de Ayacucho-2014*”, publicada en el repositorio de la Universidad Alas Peruanas, bajo un enfoque cuantitativo a través de encuestas a 150 productores del sector, presentó un estudio en donde se tomó como premisa las asociaciones como medio para incrementar las exportaciones de tapices en la ciudad de Ayacucho, esto debido a que individualmente los productores de dicho bien están limitados en cuanto a sus recursos para lograr exitosamente la comercialización internacional de este. Asimismo, para estos fabricantes de tapices las alianzas han sido el impulsor que necesitaban para poder generar mayores beneficios tanto a nivel individual como en conjunto.

Esta investigación lo que brinda es una mayor información y acercamiento a los beneficios que tiene el generar alianzas entre productores de un mismo sector para poder desarrollarse tanto nacional como internacionalmente; en ciertas ocasiones el sólo atender el mercado nacional limita el crecimiento y desarrollo de los fabricantes. De esta manera, la apertura internacional permite un mayor crecimiento económico para todos los involucrados.

Se tomó como antecedente debido a que se demuestra que la asociatividad permite el inicio del proceso de internacionalización mediante las exportaciones, lo cual permite que los fabricantes tengan más recursos para afrontar el mercado internacional tan demandante. Es por ello por lo que queda demostrado que la asociatividad permite la comercialización internacional de un bien.

Ferrando (2014) en su *paper* titulado “*Asociatividad para mejorar la competitividad de pequeños productores agrícolas*”, publicado en el repositorio de la Universidad Nacional Agraria, bajo un enfoque cuantitativo, no experimental, seccional y transversal, determinó que los pequeños agricultores del país requieren de la asociatividad para poder mejorar su competitividad tanto en el mercado local como extranjero. En su estudio se pudo

identificar los factores que más favorecen, siendo estos: Costumbre del trabajo público, acceso y participación en mercados, financiamiento y reducción de costos. Por otro lado, se identificaron las distintas formas que tienen los productores para asociarse, por ejemplo: Cooperativas, cadenas productivas, clústeres, entre otros.

El autor concluyó que los productores han aprendido a utilizar estos tipos de alianzas o asociaciones con el fin de mejorar tanto su situación financiera, como competitiva frente a los demás rivales externos. Asimismo, se obtuvieron resultados en base a los factores que dificultan la asociatividad entre los productores, los cuales son: la desconfianza, desconocimiento de formas de asociarse, esperanza de ayuda del Estado y rechazo a la asociatividad.

Este antecedente presenta una relevancia para el proyecto de investigación, debido a que permite identificar, no solo cuáles son las formas de asociarse, sino también los beneficios de estas; siendo así la competencia y ampliación a los mercados internacionales de los más relevantes en términos de ganancias económicas y de experiencia para todos los involucrados.

Regalado (2018) en su tesis: *“Asociatividad de productores rurales de café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza para la exportación-2018”*, publicada en el Repositorio Académico Universidad Cesar Vallejo, tuvo un objetivo final de establecer una solución de mejora para los agricultores mediante el modelo asociativo, la cual permite exportar directamente el café orgánico producido por ellos mismos. La investigación se realizó mediante un enfoque cualitativo y cuantitativo, de diseño descriptivo, no experimental.

De acuerdo con las conclusiones de la investigación, se resalta el hecho de que la mayoría de los agricultores de la zona no están asociados, y esto provoca dificultades para acceder a financiamiento y demás servicios agrarios. Los factores claves (productivo,

organizacional y económico) de la asociatividad llegaron a ser positivos entre los agricultores de café para exportar directamente, sin intermediarios, su oferta de café en Rodríguez de Mendoza.

Esta investigación sirve como antecedente debido a que se analizan los factores necesarios para implementar la herramienta de asociatividad en los agricultores de la zona, con el objetivo de demostrar el impacto positivo en su proceso de internacionalización mediante el crecimiento de las exportaciones. La asociatividad es una manera de llegar a la internacionalización; sin embargo, existen dificultades que se presentan entre los agricultores para asociarse, debido a la poca información por parte del Estado. Asimismo, este trabajo brinda los factores que se necesitan para poder implementarlo y sostenerlo en el tiempo: confianza, solidaridad, responsabilidad e interés de sus miembros.

Montenegro y Navarro (2021) en su tesis titulada *“Estrategia de asociatividad para la comercialización de cacao en los distritos de Lamas y Chazuta de la región de San Martín”*, publicada en el Repositorio Académico Universidad de Lima, siguieron un enfoque mixto correlacional, debido a que se trató de conocer y mejorar la relación entre las variables: estrategias de asociatividad y comercialización. Se utilizaron encuestas estructuradas dependiendo del tipo de productor, mediante preguntas abiertas y cerradas. Asimismo, se realizaron entrevistas con los agricultores para conocer su postura frente a una estructura de trabajo mediante la asociatividad. La investigación buscó analizar el efecto en el precio del grano de cacao generado por la comercialización a través de la asociatividad.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, se pudo comprobar el efecto positivo de la asociatividad en los agricultores y su entorno. Esta herramienta genera mejoras en la especialización y tecnificación de todo el proceso productivo, esto es esencial para iniciar un proceso de internacionalización, debido a que el producto llega a

cumplir con los estándares de calidad requeridos en mercados extranjeros más competitivos. Asimismo, esto les permite a los agricultores ofertar sus productos a un precio mayor. Los autores evidencian una falta de apoyo por parte del Estado en términos de infraestructura para el transporte hacia los puntos de acopio, dado que los medios de transporte que se utilizan son équidos, e incluso se movilizan a pie.

Esta investigación se considera como antecedente, dado que estudia la manera en la que la asociatividad influye en la productividad de los agricultores mediante la mejora del proceso productivo. Además, se establece una relación entre la competitividad y la asociatividad, debido a que la oferta de productos es mejorada acorde a las exigencias de los mercados internacionales, esta última es una de las principales razones de la poca internacionalización de pequeños productores.

De acuerdo al autor Guerrero (2019) en su tesis titulada *“Propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y competitividad de los productores de pimiento piquillo en el distrito de Motupe región de Lambayeque”*, publicada en el Repositorio Académico Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, se realizó una investigación mixta no experimental y transversal, mediante encuestas a productores de pimiento piquillo y una entrevista a un ingeniero de industrias alimentarias. La investigación estudia la mejora de la competitividad y gestión de productores de pimiento piquillo a través de una propuesta de asociatividad. El estudio explica los obstáculos que tienen que afrontar los productores tales como el complejo acceso a financiamiento por la falta de sustento de los ingresos.

El autor determinó un modelo de asociatividad con el objetivo de mejorar la competitividad y gestión para los productores. Se planteó elaborar la metodología CEFE, esta consiste en utilizar un grupo de herramientas para la identificación de carencias y competencias, con el fin de establecer una estrategia de mejora. De acuerdo al autor, existen limitaciones y deficiencias en los productores referente a sus actividades agrícolas,

tales como: falta de capacitaciones y asistencia técnica, administración inadecuada, baja calidad de productos y falta de valor agregado. Estos últimos afectan directamente a la capacidad de internacionalización, debido a que pierden participación en mercados internacionales por no cumplir con las exigencias de calidad y demanda.

Este antecedente presenta una relevancia para el proyecto de investigación, debido a que analiza las limitaciones de los productores locales y plantea una solución de mejora en base a la asociatividad. Asimismo, se genera un efecto en la competitividad de los productores, dado que se mejora la producción de estos, así como su conocimiento en mercados internacionales mediante capacitaciones constantes en temas de internacionalización.

Aiquipa, Bello, Changra y Mosto (2017) en su investigación titulada *“La Asociatividad Empresarial como modelo de gestión para aumentar la competitividad de las Medianas Empresas Formales de Engordadores de Ganado Bovino en el Distrito de Lurín”*, publicada en el repositorio académico de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, desarrollaron un enfoque cualitativo, basado en un diseño de teoría fundamentada mediante el análisis de datos con entrevistas a profundidad. La investigación buscó determinar un modelo de gestión empresarial a través de la asociatividad para incrementar la competitividad de las medianas empresas del sector bovino en Lurín. Los autores analizan las diversas modalidades de asociatividad de acuerdo al modelo de negocio que mejor se adapta a las medianas empresas dedicadas al engordamiento de ganado bovino.

De acuerdo a los resultados de la investigación, estos se plantean en base a la única asociación ganadera de vacunos de carne presente en la zona en estudio. Esta presenta varias dificultades para su correcta operatividad y administración, tales como: capacidad financiera limitada y una alta tasa de morosidad de pagos debido a la poca cantidad de socios (cuarenta y dos). Además, los miembros de la asociación comercializan en dos tipos de mercados: (i) mercados formales y (ii) mercados informales. Este último problema

dificulta la uniformidad de objetivos y acuerdos entre cada miembro de la organización, lo cual genera desconfianza y conflicto de intereses entre los miembros. Por otro lado, los autores concluyen que existe una relación positiva entre la competitividad y la asociatividad, debido a que esta última genera economías de escala a través de la compra de grandes volúmenes de insumos primarios. En esta investigación, los factores que determinan la competitividad para el sector bovino son: (i) el nivel genético de la ganadería local, (ii) la similitud de los animales y (iii) la atomización de los productores.

Esta investigación es considerada como antecedente, debido a que determina la relación de las variables asociatividad y competitividad. Esta última es pieza fundamental para que las pequeñas y medianas empresas desarrollen economías de escala y logren desarrollar sus actividades a largo plazo, en un mercado tan globalizado. Además, se plantean las ventajas de la asociatividad empresarial, entre las más importantes se encuentran: la creación de nuevos y mayores volúmenes de oferta exportable mediante los procesos de encadenamiento y producción de calidad, el acceso a nuevas tecnologías y recursos financieros, acceso a nuevos programas de apoyo por parte del Estado.

Beltrán y Martínez (2020) en su investigación titulada *“Asociatividad empresarial como estrategia de exportación para las Pymes del sector calzado en la provincia de Trujillo - La Libertad, Perú a través de: desarrollo de gestión organizacional, innovación de mercadotecnia y capacidad económica-financiera durante el periodo 2014-2018”*, publicada en el Repositorio Académico Universidad Alas Peruanas, analizaron la asociatividad empresarial como método de exportación para las pequeñas y medianas empresas del sector calzado, con el objetivo de fomentar el trabajo conjunto de las empresas para iniciar su proceso de internacionalización a través de las exportaciones hacia nuevos mercados más competitivos. El estudio se realizó bajo un enfoque mixto de recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos, el alcance fue de tipo

correlacional y descriptivo. Por otro lado, la variable independiente fue “la asociatividad empresarial como estrategia de exportación”, esta se explicó a través de la gestión organizacional, la innovación en mercadotecnia y la capacidad financiera, y la variable independiente fueron las “exportaciones de las Pymes del sector calzado”.

De acuerdo a las conclusiones de los autores, se confirmó la influencia de la asociatividad en las exportaciones de las Pymes del sector calzado. Según el análisis cuantitativo mediante el uso de encuestas y el análisis factorial del SPSS y el análisis cualitativo a través de entrevistas se pudo identificar tres perfiles de pequeñas y medianas empresas, las cuales afirman un comportamiento favorable en las exportaciones a través de la asociatividad expresada de la siguiente manera: habilidades y/o capacidades, promoción de producción y acceso a financiamiento.

Esta investigación se considera como antecedente debido al análisis de la asociatividad con las exportaciones del sector. Asimismo, se confirma que la variable independiente: la asociatividad está fuertemente relacionada al desempeño exportador, dado que propicia el aumento de la producción nacional y la capacidad de alcanzar mercados internacionales. Las hipótesis del trabajo se confirman a través de los perfiles obtenidos luego del análisis factorial. Esta investigación es relevante como antecedente por las variables que se analizan, el enfoque metodológico y las herramientas de análisis de información.

Reyes y Santana (2020) en su investigación titulada “*Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018*”, publicada en el Repositorio Académico Universidad Alas Peruanas, analizaron la influencia de la capacitación, asociatividad y calidad en las exportaciones de café especial de Chanchamayo. El estudio se realizó mediante un enfoque mixto, debido a que se buscó entender el sector que exporta café a través de una mejor perspectiva. Asimismo, se sigue una metodología sistemática y

empírica para poder observar los fenómenos en un contexto normal, el diseño fue no experimental. Se desarrollaron tres variables independientes: calidad, asociatividad y capacitaciones, la variable dependiente para la investigación fue “las exportaciones de café especial”.

Los autores concluyen en que las variables independientes son claves en el desarrollo del producto café en términos de exportación, debido a que las organizaciones que exportan dicho producto identifican efectos en el uso de los factores.

La investigación es considerada como antecedente porque evidencia una relación directa con las exportaciones. Se muestra un mal manejo y aprovechamiento por parte de las asociaciones, lo cual afecta la visión y misión de este tipo de organizaciones. Sin embargo, la investigación señala la importancia y valor que genera la asociatividad, debido a que sirve como soporte comercializador para el productor a través de la generación de volúmenes de producción. Asimismo, se resalta la dependencia del éxito de este factor con el número de socios en la organización.

Finalmente, los antecedentes antes mencionados concluyeron que: es importante apoyarse de un grupo especializado reunidos en cooperativas, asociaciones, entre otros, para que los agricultores peruanos o agentes involucrados en la comercialización de productos agropecuarios y demás sean más competitivos y crezcan tanto a nivel local e internacional, con el fin de desarrollar un plan conjunto que permita alcanzar un objetivo común. Asimismo, se destacó el importante papel que debe adoptar el gobierno como promotor de la asociatividad entre los productores y agricultores.

Tabla 1*Antecedentes Nacionales*

Título	Autor	Fuente	Objetivo	Conclusiones	Tipo de Documento
La asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la cooperativa Boza del distrito de Aucallama en Huaral, periodo 2018”	Allende Rodríguez, Bryan Alberto	Repositorio Académico Universidad San Martín de Porres	Proponer mejoras directamente relacionadas a los problemas que afrontaban los productores de la Cooperativa Boza en su producción y comercialización.	Los factores de capacidad de producción y nivel de organización influyen en el éxito de la asociatividad. Los productores de esta zona presente un nivel de organización precario	Tesis para obtener licenciatura (2019)
Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur	Mucha Caycho, Fiorella Carol	Repositorio Académico Universidad San Martín de Porres	Explicar las ventajas de implementar la asociatividad entre productores y comercializadores de quinua en la región Junín	Producto de la asociatividad, la productividad y calidad de la quinua se han mejorado, se ha mejorado el acceso a recursos financieros. Sin embargo, la gestión de estas asociaciones y la fiscalización deben ser mejoradas por parte del Estado	Tesis para obtener licenciatura (2017)
La Asociatividad de Productores Rurales una Herramienta para la Oferta Exportable de Quinua – Cabana 2014	Canaza Ramos, Mariela Karem	Repositorio Académico Universidad Católica de Santa María	Analizar los problemas de los pequeños agricultores de quinua respecto a la competitividad en el 2014	La asociatividad es una herramienta que contribuye a la oferta exportable del producto, debido a que permite superar los obstáculos del mundo globalizado, aumentando la producción	Tesis para obtener licenciatura (2014)

Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 - 2020	Ochoa Pérez, Diego Alonso e Infante Bonifaz, Alexandra Voulett	Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Exponer a la capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020	La asociatividad ayuda a aumentar el nivel de ventas de los productores, agricultores y organizaciones, debido a que, al formar parte de una asociación o cooperativa, se pueden alcanzar los requerimientos de sus clientes tanto nacionales como internacionales	Tesis para obtener licenciatura (2021)
Análisis de las Capacidades Dinámicas en la Internacionalización de Asociaciones y Cooperativas Agrarias en la región de Cusco, año 2019	Moscoso Gómez, Pamela y Rodríguez Morales, Francisco Marcelo	Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar las capacidades dinámicas para la internacionalización de empresas agrícolas en la región de Cusco	Sí existe una relación entre las capacidades dinámicas para la internacionalización de empresas agrícolas en la región de Cusco	Tesis para obtener licenciatura (2020)
Efectos de la asociatividad en las exportaciones de café orgánico de la selva central del Perú en el periodo 2016-2018	Fernández Campos, Jaqueline Karina y Loayza Beltrán, Shirley Guinara	Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Determinar los efectos de las cooperativas y asociaciones de la selva central del Perú en la cantidad exportada de café orgánico en el periodo 2016-2018	Existen indicadores que explican los efectos de la asociatividad en las exportaciones de café como son: deficiente acceso a financiamiento, precario nivel educativo, baja calidad y confianza.	Tesis para obtener licenciatura (2020)
Factores que influyeron en las exportaciones de uva fresca de las Pymes en la Región Ica: Periodo 2013-2017	Aquino Quispe, Umbelina Isabel y Quijandría Cabrera, Gabriela Sheyla	Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Investigar, de manera crítica, los factores del momento en que una Pyme decide internacionalizarse	El impacto que tienen los factores externos frente a los internos es más significativo en el momento que una Pyme inicia su proceso de internacionalización y empieza a exportar uva fresca en el extranjero.	Tesis para obtener licenciatura (2019)

Asociatividad para la exportación directa de tapices de la ciudad de Ayacucho	Eusterio Oré	Repositorio Académico Universidad Alas Peruanas	Determinar la factibilidad de usar a las asociaciones como medio para incrementar las exportaciones de tapices en la ciudad de Ayacucho	El modelo asociativo propuesto define y caracteriza a las Pyme dedicadas a la producción, la competitividad y la asociatividad como sus elementos básicos, estableciendo de manera clara su relación dependiente	<i>Paper</i> de investigación (2016)
Asociatividad para mejora de la competitividad de pequeños productores agrícolas	Ferrando Perea, Ampelio	Repositorio Académico Universidad Nacional Agraria La Molina	Identificar y analizar las formas de asociarse de los pequeños productores agrícolas del país que permiten mejorar su competitividad e inserción en los mercados nacionales e internacionales	Los productores han aprendido a utilizar estos tipos de asociaciones con el fin de mejorar su situación económica y competitividad frente a las demás organizaciones agrarias	<i>Paper</i> de investigación (2014)
Asociatividad de productores rurales de café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza para la exportación-2018	Regalado Díaz, Carlos Alexander	Repositorio Académico Universidad Cesar Vallejo	Establecer una solución de mejora para los agricultores mediante el modelo asociativo	Se resalta que la mayoría de agricultores de la zona no pertenecen a ninguna asociación, esto dificulta el acceso a financiamiento y otros servicios agrarios	Tesis para obtener licenciatura (2018)
Estrategia de asociatividad para la comercialización de cacao en los distritos de Lamas y Chazuta de la región de San Martín	Montenegro Mantilla, Raúl Rodrigo Emmanuel	Repositorio Académico Universidad de Lima	Analizar el efecto en el precio del grano generado por la asociatividad	La asociatividad genera un efecto positivo en los agricultores mediante la especialización y tecnificación del proceso productivo	Tesis para obtener licenciatura (2021)

Propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y competitividad de los productores de pimiento piquillo en el distrito de Motupe región de Lambayeque	Guerrero Paredes, Diana Carolina	Repositorio Académico Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	Mejorar la competitividad y producción de pimiento de piquillo a través de la asociatividad	Existen limitaciones y deficiencias en los productores referente a sus actividades agrícolas, tales como: falta de capacitaciones y asistencia técnica, administración inadecuada, baja calidad de productos y falta de valor agregado	Tesis para obtener licenciatura (2019)
La Asociatividad Empresarial como modelo de gestión para aumentar la competitividad de las Medianas Empresas Formales de Engordadores de Ganado Bovino en el Distrito de Lurín	Aiquipa Mendoza, Carlos Emilio, Bello Mattos, Luis Miguel, Changra Heredia, Liz Madeleine y Mosto Mapelli, Renato	Repositorio Académico Universidad Alas Peruanas	Determinar un modelo de gestión empresarial a través de la asociatividad para incrementar la competitividad de las medianas empresas del sector bovino	Existe una relación positiva entre la competitividad y la asociatividad, dado que esta última genera economías de escala	Tesis para obtener licenciatura (2017)
Asociatividad empresarial como estrategia de exportación para las Pymes del sector calzado en la provincia de Trujillo - La Libertad, Perú a través de: desarrollo de gestión organizacional, innovación de mercadotecnia y capacidad económica-financiera durante el periodo 2014-2018	Beltrán Lavado, Janette Ysabel y Martínez Alarcón, Zolmaira Hilda	Repositorio Académico Universidad Alas Peruanas	Establecer la asociatividad como método de exportación para las Pymes pertenecientes al sector calzado	Las Pymes mostraron un comportamiento positivo en las exportaciones a través de la asociatividad	Tesis para obtener licenciatura (2020)

<p>Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018</p>	<p>Reyes Tigre, Carlos Víctor y Santana Cárdenas, Godofredo Martín</p>	<p>Repositorio Académico Universidad Alas Peruanas</p>	<p>Analizar la influencia de los factores capacitación, asociatividad y calidad en la exportación de café especial</p>	<p>Las variables independientes son fundamentales en el desarrollo de las exportaciones del café</p>	<p>Tesis para obtener licenciatura (2020)</p>
---	--	--	--	--	---

Nota: Se ha realizado una lista resumen de los antecedentes nacionales con sus respectivas características.

1.1.2. Antecedentes internacionales.

En el mundo se pueden encontrar modelos de asociaciones similares que han tenido éxito y que han ayudado tanto a los agricultores como a las medianas y pequeñas empresas. Gómez (2020) en su trabajo de grado para optar por el grado de Magister titulado *“La asociatividad como modelo de desarrollo económico en Bogotá: una mirada desde las políticas públicas en el sector agrícola (2006-2017)”*, publicado en el repositorio de la Universidad Externado de Colombia, plantea que la asociatividad no sólo es una respuesta a la necesidad imperante de los pobladores y agricultores de algunas regiones de Bogotá, sino que además se ha conformado un espacio denominado “mercados campesinos”, en los cuales, desde el año 2010, concurren diversos agricultores de zonas interesadas en la cooperación y expansión de sus relaciones, con el fin de crecer aún más la comercialización de sus bienes; por lo cual en estos espacios se intercambian principalmente productos agrícolas. Asimismo, esta investigación sigue una metodología cualitativa, emplea entrevistas para poder recabar información con el fin de conocer a profundidad los beneficios de la asociatividad en los agricultores; además, tiene como variable independiente a la capacidad de producción, la cual está relacionado con su variable dependiente que es la asociatividad entre los agricultores en la ciudad de Bogotá.

En esta investigación, llegaron a la conclusión que los actores que han participado en estos “mercados campesinos” han registrado un aumento en su calidad de vida, representado con un aumento de sus ingresos del 46%. Esto demuestra la importancia que tienen las cooperativas, asociaciones, mercados, entre otros; en el aumento de los beneficios para los participantes de estas agrupaciones. No sólo generan un ambiente de mayor participación internacional, sino que en muchos casos pueden ayudar a que los mismos agentes involucrados mejoren su estilo de vida generando mayores ingresos para el sustento de sus familias. Además, se tomó como un punto muy importante la generación de

políticas públicas y promoción, con el fin de estimular la participación de estos agricultores en las asociaciones. La falta de estos ha generado que al menos un 43% de la población mayor de 18 años no pertenezca a una organización voluntaria.

Lo mencionado anteriormente como antecedente es relevante para la presente investigación, debido a que permite tener una visión más amplia de como en otros países, en este caso Colombia, las políticas públicas o promoción de este tipo de asociaciones no tiene el suficiente impacto o alcance para poder estimular una mayor participación. Sin embargo, es importante resaltar que las asociaciones en este país o las relaciones en términos producción fueron fructíferas, porque permitieron una mejora en la calidad de vida de los involucrados.

Aragundi y Aragundi (2013) en su investigación *“Consolidación de la oferta exportable a través de la estrategia de asociatividad de los pequeños productores de uvilla del cantón Ibarra, diseño de la cadena logística de acopio y la exportación al mercado suizo”*, publicada en el Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE - "Héroes de Cenepa", estudian la consolidación de la oferta exportable del producto uvilla mediante la estrategia de asociatividad entre pequeños productores, con el objetivo de iniciar exportaciones al mercado suizo. El trabajo de investigación utiliza un enfoque cualitativo y cuantitativo; asimismo, es descriptiva y aplicable debido a que se encuentra dirigido a resolver una situación problemática. Se utilizó un muestreo de 31 agricultores, a los que se les realizaron una serie de preguntas mediante entrevistas y encuestas.

Los resultados de la investigación determinaron que se puede consolidar el inicio del proceso de internacionalización mediante exportaciones, dado que los productores del producto uvilla están dispuestos a formar asociaciones formales con la meta de exportación al mercado suizo. El proceso productivo está sustentado con la mano de obra que manejan estos productores. El autor recomienda dar a conocer las ventajas de la asociatividad con el

objetivo de persuadir a más productores/agricultores para que pertenezcan al grupo y la oferta exportable siga en aumento.

Esta tesis se considera como antecedente para la presente investigación, debido a que el autor concluye en que la asociatividad entre productores es un detonante para el proceso de internacionalización de estos actores mediante la exportación. Asimismo, la investigación brinda un enfoque más específico sobre la postura que tienen los agricultores/productores frente a la implementación de la asociatividad en sus actividades.

Ibadango y Mallitaxi (2016) en su investigación titulada *“Propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua”*, publicada en el Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE - "Héroes de Cenepa", desarrollan una propuesta de implementación de un modelo asociativo para lograr una oferta exportable de calzado mediante el incremento de ingresos para los productores/agricultores producto de la comercialización en mercados internacionales. La investigación es experimental-exploratoria, debido a que se busca conocer el nivel de factibilidad al exportar el producto; asimismo, sigue un enfoque mixto donde se realizaron entrevistas a expertos y empresas pertenecientes al sector calzado, debido a que estos están directamente relacionados. Por otro lado, se realizaron encuestas a empresas del sector y pertenecientes a la provincia de Tungurahua.

Mediante la investigación, se pudo determinar que Ecuador tiene una oferta exportable de calzado, por lo tanto, bajo la asociatividad y el modelo de consorcio, las exportaciones pueden aumentar al satisfacer las demandas de mercados internacionales. Los resultados plantean la creación de un consorcio de exportación con destino a Perú, la cual estaría conformada por 25 productores de calzado. La ventaja de este modelo de asociación es que la cantidad producida y exportada aumentará a un aproximado de 7,500 pares de zapatos

mensuales; por otro lado, al trabajar de manera individual este número disminuye a 200 pares de zapatos.

Se considera esta investigación como antecedente, debido a que trabaja la asociatividad como alternativa para mejorar la calidad de vida de los productores mediante el incremento de ingresos producto de la internacionalización de sus calzados. Por otro lado, esta investigación aborda dimensiones como los recursos obtenidos producto de la asociatividad, los cuales representan una ventaja para los pequeños productores, los cuales pueden adquirir mayores volúmenes de insumos al asociarse. Asimismo, la asociatividad permite que estos productores de calzado ingresen a mercados internacionales con una mayor participación de mercado al producir mayor cantidad, estos inician su proceso de internacionalización mediante las exportaciones a Perú; sin embargo, mediante la asociatividad seguirán mejorando procesos y logrando nuevos mercados más competitivos en el extranjero.

Gutiérrez (2017) en su investigación *“Emprendimientos Asociativos Rurales en el Marco de la Economía Social”*, publicada en la *Revista da UIIPS – Unidade de Investigaçã do Instituto Politécnico de Santarém*, señala que han surgido nuevas organizaciones en Bolivia con el fin de ayudar a los pequeños productores rurales, las cuales son denominadas OECAs (Organizaciones Económicas Campesinas) que tienen como objetivo generar las condiciones adecuadas para que estos campesinos puedan fortalecer su capacidad de gestión y su posicionamiento en el mercado. Lo cual no sólo ayuda a que se pueda impulsar los beneficios económicos, sino que además permite que más mercados y clientes se interesen por sus productos. Esta investigación siguió un diseño metodológico mixto, debido a que se emplearon herramientas de estadística descriptiva para el enfoque cuantitativo; y la exploración de las problemáticas sociales para el enfoque cualitativo.

Las conclusiones de esta investigación determinaron que es necesario contar con conexiones, vínculos con grupos o entidades externas que favorezcan un mejor desarrollo y favorezcan la maximización de beneficios para todos los involucrados, para poder generar un mayor crecimiento o encarar mejor los proyectos. En adición, se determinó que una debilidad es la falta o carencia del uso de los recursos tecnológicos, las cuales permiten poder aumentar o desarrollar mejoras en la capacidad de producción, comercialización y distribución de los bienes ofrecidos. Finalmente, se tomó como un factor importante la creación de estas asociaciones, debido a que permitió la generación de mayor empleo, aumento económico, desarrollo individual para los involucrados, entre otros.

Este antecedente es relevante para el trabajo de investigación, porque brinda una mejor visión de cómo las organizaciones en Bolivia han permitido que se genere un cambio, permitiendo así un desarrollo más extenso de la economía y la generación de empleo para todos los involucrados. Asimismo, es importante resaltar que la tecnología es un factor fundamental como herramienta para poder generar un aumento de la productividad y el desarrollo de la comercialización.

Torres, Melo y Fonseca (2017) en su trabajo de investigación titulado "*La asociatividad: una estrategia de desarrollo local para los caficultores de Ocamonte (APCO) en Santander, Colombia*", publicado en el repositorio de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia e indexado a la plataforma *Scielo*, vieron en la asociatividad la clave para la mejora de sus condiciones y crecimiento; por lo cual fundaron la pequeña asociación de pequeños cafetaleros (APCO), la cual sirvió como base para poder, no sólo crecer individualmente, sino como comunidad. Esta investigación sigue un enfoque metodológico mixto, siguiendo un carácter empírico y descriptivo; asimismo, emplearon tanto entrevistas como encuestas para recopilación de información.

Las conclusiones de esta investigación resaltaron principalmente que esta organización de cafetaleros ha sido de suma importancia para todos los involucrados, debido a que les permitió generar mayores beneficios económicos y cambiar así su estilo de vida. Además, las relaciones y alianzas que APCO ha generado, fueron un aporte significativo para un mejor desarrollo local. Finalmente, esta organización ha buscado incluir una cultura productiva, la cual genere no sólo el compartir experiencias; sino que además permita aportar nuevas ideas y poder así ser más competitivos en el mercado cafetero.

Este antecedente es importante para la investigación, debido a que permite tener un mayor conocimiento de cómo las empresas u organizaciones en otras partes del mundo, pueden generar un trabajo conjunto que permita el desarrollo no solo de los involucrados, sino que además también beneficia positivamente al desarrollo local. Asimismo, esta forma de asociación genera no solo un impacto social, sino que además permite que todos los involucrados puedan desarrollar una mejor estrategia competitiva que les permita diferenciarse.

Medina, Mozas, Bernal y Moral (2014) en su *paper* titulado “*Factores determinantes para la exportación de las empresas cooperativas oleícolas andaluzas*”, publicado en la Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa e indexado a la plataforma Redalyc, bajo un enfoque cuantitativo para dar respuesta a las hipótesis planteadas por los autores mediante encuestas realizadas a 213 sociedades cooperativas oleícolas con presencia en el internet, estudiaron los factores que tradicionalmente se han relacionado con la posibilidad de que las empresas coloquen parte de su producción en los mercados internacionales.

De acuerdo con los resultados de la investigación, identificaron que el sector oleícola español presentaba serios problemas de sobreoferta, siendo el cooperativismo el responsable de las 3 cuartas partes de la producción, y mayor cantidad de empleos. Asimismo, se llegó a la conclusión que la única solución para afrontar la crisis de la

sobreproducción era la exportación. Producto de esta forma de internacionalización, las asociaciones pueden competir en mercados internacionales de una manera más fácil con los instrumentos necesarios.

Se tomó como consideración esta investigación, debido a que permite tener una mayor claridad en cuanto a los grandes beneficios de generar relaciones con otros productores; sin embargo, sin el mercado apropiado y demanda, esta puede presentar varios inconvenientes, por lo que las exportaciones permiten no solo crecer económicamente, sino que también poder abarcar más territorios y llegar a más clientes o potenciales clientes.

Bezus y Bilotkach (2018) en su *paper* “*Development of organic farmers’ cooperatives: The USA, The EU, and Ukraine*”, publicado en *Baltic Journal of Economic Studies* e indexado a la plataforma *Scopus*, estudian los casos exitosos de cooperativas en EE. UU. y la UE mediante un enfoque cuantitativo (uniformidad de datos numéricos) y cualitativo (entrevistas y encuestas a las granjas americanas), con el propósito de plasmar este modelo en cooperativas orgánicas en Ucrania. La investigación se basa en la formación y financiación, la implementación de proyectos en cooperativas orgánicas en diferentes países. La investigación se basa en comparativa de datos, que describe cómo se crearon y desarrollaron las cooperativas de agricultura bajo la premisa de “orgánicos” en los EE. UU. y países de la UE como Francia, Austria e Irlanda.

Esta investigación demuestra que la asociatividad logra crear cooperativas, y estas a su vez permiten a los agricultores mejorar su internacionalización mediante las exportaciones, tal como señala el caso citado de los productores de leche orgánica en Ucrania. De acuerdo al *paper*, los agricultores acordaron con varios procesadores de leche locales elaborar queso bajo marcas cooperativas y personales, lo que permitió formar partidas de exportación de quesos variados. Así, la cooperativa pudo enriquecer la gama de productos,

obtener ingresos adicionales de las exportaciones y proteger sus fincas de las variaciones de precios en el mercado.

Se consideró esta investigación como un antecedente debido a que plasman la relación que tiene la asociatividad con el nivel de exportaciones en mercados más desarrollados como son EE. UU y UE, y cómo se planea replicar y desarrollar este sistema de cooperativas en Ucrania. Asimismo, se obtiene un escenario más claro en cuanto al éxito que tiene la asociatividad en la industria agricultora.

Serrano, Martínez, Tiuzo y Pineda (2021) en su *paper* “*Representaciones sociales de la asociatividad para productores hortícolas en Colombia*”, publicado en la Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Universidad del Zulia, bajo un enfoque cualitativo con entrevistas semiestructuradas, buscan entender y explicar, tomando como apoyo las representaciones sociales, el conocimiento, las actitudes frente a esto y los hechos posteriores de los productores hortícolas abordando el tema de la asociatividad. De acuerdo a los hallazgos de la investigación, los productores carecen de información relacionada con el tema de asociatividad, debido a que el Estado no proporciona los métodos necesarios para la capacitación de esta herramienta, además del bajo aspecto económico, el cual dificulta la intención de afrontar los cambios que deben presenciar los dueños de los huertos, para ejecutar cada proceso de manera eficiente.

Este *paper* sirve como antecedente frente a la línea de investigación, debido a que, mediante la asociatividad, los productores pueden mejorar sus procesos productivos y formar cadenas agroindustriales de producción, lo cual da como consecuencia una fuente de ingresos por exportaciones y se convierte en el motor principal de las economías regionales. Además, se observa la asociatividad como estrategia para crear ventaja competitiva para realizar determinadas actividades en la cadena productiva.

Buenhombre y Mariño (2021) en su *paper* titulado “*Asociatividad como estrategia de productividad y competitividad del sector agrícola*” publicado en la Revista Venezolana de Gerencia e indexado a la plataforma *Scopus*, bajo un enfoque cualitativo mediante entrevistas a profundidad a cuatro organizaciones asociativas de la provincia en estudio, estudiaron el impacto de la asociatividad en la productividad y la competitividad de la agroindustria para el caso del producto guayaba en Colombia. La investigación se desarrolló en base a tres variables: (i) características de la asociatividad y las organizaciones solidarias, (ii) efecto de la asociatividad en la competitividad y producción, y (iii) los beneficios de la asociatividad. El estudio se realizó desde la perspectiva de las cuatro asociaciones, las cuales agrupan 80 asociados.

De acuerdo a los resultados de la investigación, los pequeños productores de la provincia de Vélez utilizan la asociatividad como alternativa para solucionar los problemas relacionados a competitividad y productividad. Sin embargo, el desarrollo de este mecanismo es rudimentario, debido a la dependencia hacia el apoyo por parte del Estado. Asimismo, no se plantean estrategias, el planeamiento y operatividad se enfocan a corto plazo, los avances están asociados a la productividad en términos de tecnificación y mejoramiento. Por otro lado, los autores concluyen en que las asociaciones presentan fallas en su administración y organización, dado que los programas gubernamentales buscan mejorar la producción, pero no desarrollan una visión estratégica para las asociaciones.

Esta investigación ha sido considerada como antecedente, dado que presenta los beneficios y limitaciones de la asociatividad en el sector agrícola. Asimismo, muestra la fuerte dependencia que desarrollan estas asociaciones con el Estado y la necesidad de implementar mecanismos de ingresos, debido a que esta dependencia puede generar la creencia de que el crecimiento de una asociación sólo puede darse mediante apoyo externo. Por otro lado, la investigación muestra una fuerte relación entre la asociatividad y el

desarrollo de la competitividad en estas organizaciones, debido a que se logró acceder a nuevos mercados internacionales, se obtuvo un acceso a nuevas tecnologías para todo el proceso productivo. Por todo esto, estas organizaciones aumentaron capacidad, producción y consiguieron un mayor poder de negociación, logrando una mayor competitividad en el sector.

Degnet y Mekbib (2012) en su *paper* titulado “*The impact of cooperatives on agricultural technology adoption: Empirical evidence from Ethiopia*” publicado en la editorial académica *Elvesier* e indexado a la plataforma *Scopus*, bajo un enfoque cuantitativo mediante el uso de datos transversales y una técnica de coincidencia de puntuación de propensión, investigaron el efecto de las cooperativas sobre la adquisición de nuevas tecnologías en el sector agrícola.

Según los resultados de la investigación, los productores que pertenecen a cooperativas tienen mayores probabilidades de acceder a servicios agrícolas adicionales y obtener experiencia en liderazgo. Asimismo, los autores determinaron que las cooperativas pueden acceder fácilmente a fertilizantes y pesticidas. Los pequeños productores de Etiopía pierden competitividad frente a las cooperativas, debido a que estas últimas pueden adquirir una mejor tecnología agrícola.

Esta investigación es considerada como un antecedente debido a que estudia la asociatividad desde el punto de vista de las cooperativas. Muestra un desarrollo de competitividad producto de la adquisición de tecnologías agrícolas y extensiones de la misma.

Cática, Parra y Trujillo (2018) en su *paper* titulado “*La Asociatividad como una estrategia organizacional. “Caso Sector Ferretero Ibagué -Colombia”*”, publicado en la Revista de Ciencias Humanas y Sociales e indexado a la plataforma *Dialnet*, bajo un método inductivo y enfoque mixto mediante entrevistas semiestructuradas a directivos de

diversas asociaciones del sector ferrero y encuestas a una población de ferreteros, investigaron la factibilidad de implementar una propuesta de asociatividad en el sector ferretero en la ciudad de Ibagué mediante la identificación de los puntos críticos.

Según los resultados de la investigación, se probó la existencia de una intención, por parte de los empresarios del sector ferretero, de aplicar una figura de asociatividad para fortalecer el sector y obtener beneficios individuales como asociación. Por otro lado, el sector en estudio no presenta una competitividad significativa, debido a que no ha adaptado su modelo de venta frente a la demanda de los mercados internacionales, los ferreteros no han desarrollado una evolución en áreas como son la comercialización, planeamiento, innovación o sistemas de información. De acuerdo a los autores, los aspectos fundamentales que se relacionan con la asociatividad son: capacitaciones para las actividades del negocio, procesos de mejora en la tecnología, procesos de mejora en la administración, actualización en temas legales, poder de negociación y apoyo para la participación en mercados internacionales. Asimismo, la asociatividad genera economías de escala para las asociaciones, las cuales permiten la estabilidad económica a largo plazo.

Se considera como antecedente dicha investigación, debido a que estudia los factores en los que incide una implementación del modelo asociativo en un sector específico. Se establece una relación entre el apoyo gubernamental y la creación de asociaciones en la zona, debido a que la escasa promoción de la asociatividad por parte del Estado no permite que el sector opere desde una algún componente asociativo. Por otro lado, los ferreteros generan competitividad a través de la asociatividad, dado que los aspectos de innovación y planeamiento generan cambios al modelo de venta y se adaptan a las nuevas demandas de los mercados internacionales.

Mosquera, Avendaño y Rodríguez (2021) en su *paper* titulado “*Analysis Impact of The Associativity on The Competitiveness of Fishing Commercial Companies*”, publicado en la

International Conference on Industrial Engineering and Operations Management e indexado a la plataforma *Scopus*, determinaron el impacto de la asociatividad en la competitividad del sector pesquero para contribuir al trabajo digno y economías en crecimiento. Esta investigación tuvo un enfoque mixto, debido a que en la operacionalización de las variables se consideran elementos cualitativos y cuantitativos que fueron medidos a través de instrumentos. Asimismo, se utilizó un nivel correlacional, dado que se puede determinar la relación entre las variables de estudio, así como el grado de correlación entre estas.

De acuerdo a los resultados de la investigación, se midieron los niveles de competitividad de las empresas y sectores participantes para establecer estrategias de acuerdo al enfoque que necesite cada sector y participante. A través de la asociatividad, las organizaciones pueden organizarse para cumplir con los siguientes objetivos: lograr el desarrollo e innovación, mejorar la participación en mercados internacionales. De acuerdo a los autores, esta herramienta es fundamental para que las pequeñas y medianas empresas logren sobrevivir en un mercado cada vez más dinámico y globalizado. En el caso de la competitividad, sus componentes principales son la organización y gestión empresarial.

Esta investigación se considera como antecedente, dado que aborda las variables asociatividad y competitividad para establecer su relación. Asimismo, se resaltan las ventajas del modelo asociativo para las organizaciones, las cuales mejoran la competitividad para estas últimas en mercados internacionales. Las dimensiones de la competitividad son abordadas como participación en nuevos mercados mediante mejoras en la productividad del sector. Por otro lado, el estudio brinda una visión específica sobre las opciones de las pequeñas y medianas empresas para competir con grandes organizaciones consolidadas en el mercado. Al agruparse en una sola agrupación, se llegan a cumplir los objetivos en un periodo de tiempo más corto y de manera eficiente.

Montero y Calderón (2019) en su *paper* titulado “*Asociatividad, liderazgo inclusivo y desarrollo económico local. El grupo de artesanos independientes de Mompo*”, publicado en la revista *Bitácora Urbano Territorial* e indexado a la plataforma *Scopus*, bajo un enfoque cualitativo mediante la realización de entrevistas a profundidad a 22 personas con relación directa al municipio de dicho lugar de estudio, se buscó comprender por qué unas formas de asociatividad pueden traducirse en resultados de desarrollo local, en diferencia de otras que no cuentan con esta integración generalizada. El documento se estructuró en tres secciones: (i) primero se revisaron los debates principales sobre el desarrollo económico local, enfocándose especialmente en conceptos como la gobernanza, asociatividad y liderazgo, (ii) luego se analizó la dinámica de la asociatividad y el liderazgo en el caso de la artesanía de la filigrana en Mompo, y (iii) concluyó con una reflexión sobre la importancia de la colaboración intergeneracional en los procesos de desarrollo económico local.

Según los resultados de la investigación, las asociaciones son espacios importantes que permiten fomentar el desarrollo y la competitividad de las empresas locales, gracias a los procesos de colaboración, ahorro en costes y transferencia del conocimiento. Asimismo, se destacó que para una correcta relación entre la asociatividad y el desarrollo local es importante el grado de confianza y capital social que existe en dicho territorio. Por otro lado, los autores enfatizaron que, así como en otras ciudades pequeñas de América Latina, en Mompo, existe una saturación y hartazgo generado por la continua creación de asociaciones de artesanos, que suelen beneficiar a un número limitado de líderes personalistas, en su mayoría hombres mayores.

Este estudio ha sido considerado como un antecedente, debido a que proporciona información relevante y relacionada con la asociatividad y desarrollo local en términos competitivos, producto de ellos. En adición, la investigación brinda una idea más clara de

cómo la creación de asociaciones, sin ningún tipo de control, en una comunidad pequeña puede generar complicaciones, rupturas de relación y confianza, los cuales son factores de suma importancia para tener un correcto desarrollo de la economía local.

Salas, Obredor, González y Mercado (2018) en su *paper* titulado “*Diseño de esquema de asociatividad para la cadena de suministro del clúster lácteo en el departamento del Atlántico de Colombia*”, publicado en la Revista Espacios e indexado a la plataforma *Scopus*, bajo un enfoque cuantitativo en donde se seleccionó una muestra aleatoria simple finita de 15 empresas, de las cuales 13 fueron asociaciones dedicadas al acopio de leche en el Atlántico y 2 fueron empresas dedicadas a la transformación de lácteos, estudiaron a relación de la asociatividad y la colaboración en la cadena de suministros del sector lácteo del Atlántico en donde se evidenció que los centros de acopio tienen implementados pocos sistemas de gestión adecuados para el tratamiento de la leche, dado que un porcentaje de este no es apto para el consumo humano. Asimismo, se obtuvo información de la falta de implementación de un plan de residuos del sector y la falta de certificación de normas internacionales.

De acuerdo con las conclusiones de los autores se puede decir que el sector lácteo del departamento del Atlántico presenta deficiencias en la competitividad de las pequeñas empresas que intervienen en el primer eslabón, debido a que no cuentan con una suficiente capacidad financiera para poder expandir su capacidad instalada. Por otro lado, la colaboración y la asociatividad en el sector lácteo permiten agilizar y ordenar la relación de los diversos actores que conforman esta cadena de suministros.

Esta investigación fue considerada como antecedente, debido a que permite tener una idea más concreta de los beneficios de una correcta comunicación entre todos los eslabones en una cadena de suministro, en este caso entre los miembros de la asociación, dado que permite tener una correcta ejecución de todos los objetivos planteados y especialmente de

todos los requisitos necesarios para la correcta ejecución de los procesos de en el sector lácteo del Atlántico. Asimismo, la investigación plantea puntos importantes a tomar en consideración como son el tener una centralización de las funciones administrativas por parte de una asociación regional, permitiendo así que la cadena trabaje bajo los mismos lineamientos; además que también son importantes las relaciones de fortalecimiento entre los colaboradores y la asociación con el fin de obtener una mejor agilización de todos los procesos.

Cuarán, Xavier, Enríquez (2021) en su paper titulado “*Estudio de la asociatividad textil en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura*”, publicado en la Revista Universidad y Sociedad e indexado en *Scopus*, bajo un enfoque mixto en el predomina el análisis cualitativo, sin embargo para el diagnóstico y propuesta, evidencia análisis cuantitativos de los resultados; se estudió la situación de las asociaciones textiles el Cantón Antonio Ante planteando las necesidad de la organización para la producción y comercialización que permita el cumplimiento de los objetivos planteados. En adición, la muestra estuvo conformado por 6 dirigentes de las asociaciones textiles y de 374 turistas nacionales e internacionales que visitan Antonio Ante.

Según los resultados obtenidos de la investigación, el 58% de las asociaciones textiles que cuentan con más de dos años de funcionamiento presentan una organización establecida por el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), y su gestión se limita a cumplir con las normativas para poder acceder a concursos de compras públicas, obviando cualquier estrategia de marketing y comercialización que le permita tener una mayor participación en el mercado local. En adición, los autores concluyeron que el apoyo de organismos de desarrollo y gestión como el IEPS han promovido políticas de asociatividad que han ayudado y contribuido a la organización comunitaria para lograr una importante participación en procesos de compras públicas; sin embargo, los retos que

deben de afrontar estas organizaciones en los mercados locales y regionales son elevados. En complemento, los miembros de estas organizaciones requieren de un apoyo de instituciones de educación superior y del gobierno con referencia a una mejor capacitación en conocimientos técnicos y asesoramiento empresarial, que permita potenciar la participación de productos en el mercado.

Este antecedente es relevante para esta investigación dado que brinda información relacionada con los beneficios de la asociatividad y la competitividad que presentan algunas empresas textiles; además, permite comprender la importancia de una correcta transmisión de información y capacitación para el correcto crecimiento y cumplimiento de los objetivos propuestos por las organizaciones. Adicionalmente, es indispensable resaltar que las asociaciones que no se enfocan en todos los aspectos administrativos, como el marketing, podrían no generar crecimiento acorde a lo requerido tanto a nivel local como internacional.

Tabla 2*Antecedentes Internacionales*

Título	Autor	Fuente	Objetivo	Conclusiones	Tipo de Documento
La asociatividad como modelo de desarrollo económico en Bogotá: Una mirada desde las políticas públicas en el sector	Gómez Calderón, Marcos José	Repositorio Universidad Externado de Colombia	Conocer completamente las ventajas de la asociatividad en los agricultores	Los campesinos que han participado en “mercados campesinos” han registrado un aumento en su calidad de vida a través de sus ingresos	Trabajo para obtención de grado Magister (2020)
Consolidación de la oferta exportable a través de la estrategia de asociatividad de los pequeños productores de uvilla del cantón Ibarra, diseño de la cadena logística de acopio y la exportación al mercado suizo	Aragundi Estrella, Viviana Nathaly y Aragundi Estrella, Priscila Esmeralda	Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE - "Héroes de Cenepa"	Desarrollar la oferta exportable del producto uvilla a través de la estrategia de asociatividad entre pequeños productores	Los productores pueden consolidar el proceso de internacionalización de las exportaciones a través de la creación de asociaciones	Tesis para obtener licenciatura (2013)

Propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua	Ibadango Paucar, Tatiana Alexandra y Mallitaxi Heredia, Mayra Fernanda	Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE - "Héroes de Cenepa"	Presentar una propuesta para implementar un modelo asociativo para concretar la oferta exportable de calzado aumentando los ingresos del productor/agricultor en mercados extranjeros	Bajo la asociatividad se pueden aumentar las exportaciones hacia mercados internacionales.	Tesis para obtener licenciatura (2016)
Emprendimientos Asociativos Rurales en el Marco de la Economía Social	Gutiérrez Llusco, Bismar Leonid	<i>Revista da UIIPS – Unidade de Investigação do Instituto Politécnico de Santarém</i>	Analizar la importancia de las asociaciones en zonas de Bolivia	El desarrollo de la tecnología para el sector es un limitante para el éxito del modelo asociativo	Revista Científica (2017)
La asociatividad: una estrategia de desarrollo local para los caficultores de Ocamonte (APCO) en Santander, Colombia	Melo Torres, Ligia Inés, Melo Torres, Maria Mercedes y Fonseca Pinto, Dora Esther	Repositorio de Universidad Nacional de Colombia	Determinar la presencia de problema de sobreoferta en el sector oleícola español, siendo el cooperativismo el responsable de las 3 cuartas partes de la producción	La única solución para afrontar la crisis de sobreproducción era la exportación, dado que se puede competir en mercados internacionales a través de la asociatividad	Artículo de investigación (2017)

Factores determinantes para la exportación de las empresas cooperativas oleícolas andaluzas	Medina Viruel, Miguel Jesús; Mozas Moral, Adoración; Bernal Jurado, Enrique y Moral Pajares, Encarnación	CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	Determinar la existencia de una relación directa entre los factores de la investigación y la posibilidad de exportación por parte de las cooperativas	La participación en mercados internacionales se genera producto del mejoramiento de los sistemas de gestión y comercialización de las cooperativas, para lo que resulta importante las oportunidades ofrecidas por la asociatividad	Artículo de investigación (2014)
<i>Development of organic farmers' cooperatives: The USA, The EU, and Ukraine</i>	Bezus, Roman y Bilotkach Ihor	<i>Baltic Journal of Economic Studies</i>	Formación, financiamiento e implementación de proyectos de cooperativas orgánicas en varios países	La relación de asociatividad con el nivel de exportaciones en mercados desarrollados como EE. UU y UE, puede ser replicada en mercados menos desarrollados	<i>Paper</i> de investigación (2018)
Representaciones sociales de la asociatividad para productores hortícolas en Colombia	Serrano Amado, Ana; Martínez Bernal, Martha; Tiuzo, Sandra y Pineda Calixto, Derly	Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales	Determinar si la asociatividad genera beneficios para las Pymes, considerando que el Estado no proporciona los métodos necesarios para la capacitación de esta herramienta	La asociatividad sirve como estrategia para la creación de ventajas competitivas en determinadas actividades de la cadena productiva y generar participación de mercado	Publicación científica (2021)

Asociatividad como estrategia de productividad y competitividad del sector agrícola	Buenhombre Vásquez, Maira Alejandra y Mariño Becerra, Gladys Janeth	Revista Venezolana de Gerencia	Analizar el impacto de la asociatividad en la producción y competitividad de la agroindustria	Pese a la utilización de la asociatividad, la dependencia hacia el Estado genera un fracaso. Esto se debe a	<i>Paper</i> de investigación (2021)
<i>The impact of cooperatives on agricultural technology adoption: Empirical evidence from Ethiopia</i>	Abebaw Degnet y Haile Mekbib	Editorial académica Elviesier	Efecto de las cooperativas sobre la adquisición de nuevas tecnologías en el sector agrícola	Los productores que pertenecen a cooperativas tienen mayores probabilidades de acceder a servicios agrícolas adicionales	<i>Paper</i> de investigación (2012)
La Asociatividad como una estrategia organizacional. “Caso Sector Ferretero Ibagué - Colombia	Cática Barbosa, José Rodrigo; Parra Álviz, Mercedes y Trujillo Saavedra Alfonso	Revista de Ciencias Humanas y Sociales	Analizar la factibilidad de implementar una propuesta de asociatividad en el sector ferretero	El sector en estudio no presenta una competitividad significativa, debido a que no ha adaptado su modelo de venta frente a la demanda de los mercados internacionales	<i>Paper</i> de investigación (2018)
<i>Analysis Impact of The Associativity on The Competitiveness of Fishing Commercial Companies</i>	Mosquera Laverde, William; Avedaño Prieto, Gerardo y Rodríguez Barrero, Mario	<i>International Conference on Industrial Engineering and Operations Management</i>	Determinar el impacto de la asociatividad en la competitividad del sector pesquero	A través de la asociatividad, las organizaciones pueden organizarse para cumplir con los siguientes objetivos: lograr el desarrollo e innovación, mejorar la participación en mercados internacionales	<i>Paper</i> de investigación (2021)

Asociatividad, liderazgo inclusivo y desarrollo económico local. El grupo de artesanos independientes de Mompox	Montero Muñoz, Sergio y Calderón Gómez, Nathalia	Revista Bitácora Urbano Territorial	Determinar las razones del éxito de organizaciones que usan la asociatividad, frente a aquellas que no la utilizan	Existe una saturación generada por la continua creación de asociaciones de artesanos, que suelen beneficiar a un número limitado de líderes personalistas, en su mayoría hombres mayores.	<i>Paper</i> de investigación (2019)
Diseño de esquema de asociatividad para la cadena de suministro del clúster lácteo en el departamento del Atlántico de Colombia	Salas Navarro, Katherine; Obredor Baldovino, Thalía; Gonzáles Laverde, Gustavo y Mercado Caruso, Nohora	Revista Espacios	Establecer la relación entre asociatividad y la colaboración en la cadena de suministros del sector lácteo del Atlántico	La colaboración y la asociatividad en el sector lácteo permite agilizar y ordenar la relación de los diversos actores que conforman esta cadena de suministros	<i>Paper</i> de investigación (2018)
Estudio de la asociatividad textil en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura	Cuarán Guerrero, Mireya; Xavier Merlo, Oswaldo y Enríquez Chugá, Jenny	Revista Universidad y Sociedad	Analizar la situación de las asociaciones textiles el Cantón Antonio Ante bajo un enfoque de producción y comercialización	El apoyo de organismos de desarrollo y gestión han promovido políticas de asociatividad que han ayudado y contribuido a la organización comunitaria	<i>Paper</i> de investigación (2021)

Nota: Se ha realizado una lista resumen de los antecedentes internacionales con sus respectivas características.

1.2 Marco Conceptual

En este apartado se mencionan y describen los conceptos fundamentales que se desarrollan a lo largo del trabajo de investigación en diferentes capítulos.

Asociatividad: La asociatividad nace como estrategia y herramienta de cooperación entre pequeñas y grandes organizaciones, las cuales se encuentran afrontando las dificultades de la globalización, este enfoque se centra en el desempeño conjunto de trabajo (MINCETUR, 2008). Asimismo, se conceptualiza como una unión intencionada con el objetivo de disminuir costos y diversificar los riesgos en algún rubro de negocio (PROMPERU, 2014)

Calidad: La calidad es una característica que pertenece a un objeto, este determina su valor, asimismo, determina la satisfacción que crea en alguna persona. La calidad se basa en la satisfacción del cliente, esta es el total de funcionalidades y rasgos de un producto (Economipedia, 2022).

Exportación: De acuerdo a SIICEX (2022), la exportación es definida como cualquier salida de mercancía desde un territorio aduanero hacia otro.

Financiamiento: El financiamiento es el proceso mediante una persona natural o jurídica obtiene fondos de alguna institución (Economipedia, 2022).

Internacionalización: La internacionalización es un proceso que abarca mucho más que la simple exportación como se conoce. Se busca la manera de colocarse de manera indefinida o permanente en un espacio determinado (Ekon, 2021).

Proceso productivo: Un proceso de producción se refiere al total de actividades destinadas a la conversión de recursos productivos en el producto final de bienes y/o servicio (EAE *Bussiness School*, 2022)

Recursos tecnológicos: Los recursos tecnológicos son los medios que utilizan la tecnología para llevar a cabo un fin, en la mayoría de los casos productivo (Enciclopedia Económica, 2022).

1.3 Bases Teóricas

De acuerdo con Liendo (2001), la asociatividad es definida como el mecanismo voluntario para mejorar la cooperación entre las pequeñas y medianas empresas, teniendo como objetivos principales la comercialización, financiamiento y organización conjunta con el fin de aminorar los riesgos producto de la expansión y riesgos de negociar a gran escala tanto a nivel nacional como internacional. En adición, dicha colaboración entre las organizaciones permite llegar a niveles competitivos parecidos a los de organizaciones de mayor nivel. Asimismo, Fuentes, Blanco y Cámara (2008) investigaron los factores determinantes presentes en la competitividad y cómo estas impactan a las cooperativas, siendo así que estas en muchas ocasiones se enfrentan a escenarios complejos.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, se detallarán los conceptos de la asociatividad y sus derivados, así como también cuales son los factores determinantes que ayudan que estas puedan mantener su competitividad tanto a nivel nacional como internacional; y demás conceptos que estén relacionados con determinar si la asociatividad tiene relación para que las exportaciones de cacao hayan presentado un crecimiento en la región de Junín en los periodos 2015-2020.

1.3.1 Teorías de la asociatividad.

Coleman (1988) en su obra: *“Capital Social en la creación de Capital Humano”* destaca que el individuo prefiere mantener y ejercer el control únicamente sobre su conducta, que basarse o depender del resto, si bien esto puede no presentar mucha relación con la asociatividad, luego el autor detalla que mediante el uso de reglas y normas el individuo empieza a generar una actuación colectiva a lo cual denomino acto corporativo,

los cuales persiguen intereses a favor de la comunidad (asociaciones). Asimismo, detalló que en los procesos de asociación debe existir la confianza entre los miembros; esto debido a que no solo pueden ayudar a reducir los costos transaccionales, sino que además brinda mayores beneficios para los que se encuentran dentro de una comunidad colectiva.

La asociatividad está basada en 3 elementos fundamentales: el primero de estos es el nivel de confianza, seguido de las normas de comportamiento cívicos y los niveles de asociatividad; los cuales, para el autor, son factores que fortalecen y enriquecen un trabajo en conjunto. En adición, el autor detalla que la participación de Estado es de suma importancia al igual que la de los actores individuales al momento de crear capital social, esto debido a que por medio de sus acciones políticas y públicas se puede desarrollar un importante del desarrollo de este capital social. (Putnam, 1995, como se citó en Urteaga,2013).

Lo detallado anteriormente, es relevante para poder comprender mejor la importancia de no sólo buenas políticas estructurales que deben provenir por parte del Estado como un ente externo, sino que además dentro del mismo colectivismo denominado asociación, es fundamental el tener presente que la confianza entre todos los involucrados permitirá contar con mejores beneficios, el desarrollo de más y mejores proyectos en conjunto.

1.3.2 Modelos y etapas de la asociatividad.

De acuerdo con Liendo y Martínez (2001), las etapas asociativas se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 3*Etapas de la asociatividad*

N°	Etapas	Descripción
1	Gestación	Definido como el primer contacto o interés de los participantes por iniciarse en un proceso asociativo
2	Estructuración	En este punto se establece un rol más definido de los integrantes del grupo y se acepta este como herramienta para alcanzar las metas comunes
3	Madurez	Se tiene más establecido las pautas de la organización, se tiene adquirida una identidad más definida y claridad para las acciones a seguir
4	Productiva o de gestión	En este periodo se llevan a cabo las acciones necesarias con el fin de obtener los resultados esperados.
5	Declinación	Se produce en su mayoría cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación del costo-beneficio es negativa.

Nota: Adaptado de “Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes”, por Liendo y Martínez, 2021

Según Mincetur (2013) en su “*Guía asociatividad para el comercio exterior*”, se identificó cuáles son los factores determinantes para poder escoger una modalidad y tipo de organización, siendo estas el crecimiento y nivel de incertidumbre de la demanda, estandarización de los compradores, poder de negociación, entre otras. Asimismo, detalla que los factores anteriormente mencionados son de suma importancia para que las empresas analicen sus necesidades y características con respecto al mercado; y puedan así tomar una mejor decisión, en términos de cómo afrontar los distintos retos que se les presenten.

Para Grueso, Hernán y Garay (2009) existen diversos modelos de asociación enfocados en resolver problemáticas en las organizaciones:

-Los distritos industriales fueron uno de los modelos más reconocidos a nivel mundial desde comienzos de la década de los 80, esta forma de cooperación se dio mediante la congregación de organizaciones especializadas con influencia en la ayuda y apoyo de sus regiones y que no dependieron de una acción del Estado, sino como producto de una

acción espontánea de las empresas ubicadas geográficamente cerca. En la actualidad este modelo es respaldado por los gobiernos como estrategia para poder alcanzar mayores índices de competitividad y bienestar para todos los involucrados.

-Clúster fue definido por Porter en 1990 como una aglomeración productiva que se describía por el desempeño de un conjunto de empresas enfocadas en una determinada actividad. En adición, CEPAL (2005) planteó que el clúster se caracteriza porque las empresas se encuentran concentradas geográficamente, se dedican a una actividad similar o conexas, las compañías comparten una visión conjunta, entre otras.

-Finalmente, las redes de empresa son otro tipo de asociatividad que probó un alto impacto en los índices de producción y competencia. En complemento de acuerdo con López (2003) señala que la pertenencia a una red les brinda a los grupos involucrados accesos a servicios especializados, tecnologías, financiación; facilitando el surgimiento de economías de escala.

1.3.3 Internacionalización de las cooperativas.

Para Araya (2009), la internacionalización de las empresas se explica como un sistema en donde una compañía toma participación de la realidad global, basa el desarrollo de sus actividades y objetivos a seguir con el fin de generar flujos comerciales, financieros y de conocimiento entre los distintos países con los que establece una relación de negocios. Asimismo, se detallan que las principales características de las organizaciones internacionales son: la concentración de actividades, adaptación a las necesidades locales y la manera de difundir el aprendizaje de la organización.

En base a lo antes mencionado, se puede detallar que la internacionalización de empresas requiere de un grado de compromiso y conocimiento que permita a los involucrados en está desarrollarse y en especial abrirse paso a nuevos mercados con el fin de potenciar su crecimiento a nivel internacional.

Según Grueso, Hernán y Garay (2009) diferentes instituciones internacionales como la OECD por medio de programas de desarrollo económico y local, han llevado a cabo una investigación, divulgación y publicaciones para poner en marcha procesos asociativos que brinden un soporte al crecimiento de las economías de países con niveles de crecimiento bajo. En adición, la OECD promueve la conformación de clúster como “*Clusters in Transition Economies*”, la cual ha sido desarrollada en países como República Checa, Hungría, Polonia, Eslovenia, Lituania, entre otros; con el fin de crear una sinergia entre el Estado y los empresarios, para poder potenciar su competencia a nivel internacional. En adición, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) desarrolló un programa denominado “Desarrollo de conglomerados y redes de PYME” este con el fin de apoyar y contribuir al bienestar económica de los países, en especial los que se encuentran subdesarrollados. Por otro lado, también se vieron grandes beneficios de la asociatividad en Colombia, esto debido a que mediante modelos de internacionalización como “Apertura Económica” permitieron un mayor incremento de la capacidad productiva, inversión tecnológica y mayor capacidad de exportación e importación.

Martínez y Liendo (2001) destacan que el modelo asociativo se ha replicado en diferentes países a través de los años, teniendo como objetivo el incursionar en nuevos mercados, lograr mejoras en la infraestructura de servicios, mayor capacidad tecnológica, entre otros. En adición, se mencionaron diversos casos de éxito en diferentes países como Italia y Alemania, en donde las empresas asociadas lograron mejores resultados en términos de expansión a nuevos mercados; además, se tuvo un apoyo tanto económico como financiero por parte del estado. Asimismo, otro caso de éxito de cooperación fue España, la cual tuvo una estructura orientada al comercio exterior, generando grandes beneficios al sistema de asociatividad en dicho país; otros países a los cuales la coordinación empresarial generó un impacto significativo en cuanto a la política exterior,

generando así mayores exportaciones a diversos mercados, fueron Chile, Colombia, Argentina, entre otros.

Lo mencionado anteriormente, proporcionó un mayor entendimiento de los distintos países en los que la asociación y cooperación de empresas generó un impacto positivo para que estos expandieran su alcance internacional, empleando las distintas capacidades, conocimientos y recursos de todos los involucrados, con el fin de aumentar su producción y ventaja competitiva.

Finalmente, podemos concluir que la internacionalización de cooperativas es relevante para nuestra investigación, debido a que permite comprender cuales son los beneficios que trae consigo el ampliarse o extenderse a nuevos mercados, así como también se puede destacar que pertenecer a una asociación inmersa en la internacionalización, genera un incremento en la capacidad tecnológica, nuevos conocimientos, entre otros; generando así mayores beneficios económicos.

1.3.4 Redes de internacionalización de empresas.

Para Magnazo (2007) la red es una manera de asociatividad entre los grupos de actores denominados “nodos” los cuales están vinculados por su característica de gran flexibilidad, así como también por la capacidad de movilizarse cuando una acción comercial, económica, social u otro similar así lo quiera. En adición, se determinó que la estructura que puede adoptar una red es variable y dependiente de las necesidades por las cuales estas fueron conformadas.

Por otro lado, Magnazo (2007) menciona las dos diferentes tipologías de las redes, las cuales se dividen en: confederadas, aglomeradas, conjugadas y orgánicas.

-Confederadas, conformado por empresas con relaciones fuertes y directas que están dentro de un mismo sector.

-Aglomeradas, empresas que están dentro de un mismo sector pero que presentan relaciones débiles o indirectas.

-Conjugadas, integradas por organizaciones en sectores distintos, pero con vínculos fuertes y una forma de gobierno jerárquica o semi jerárquica.

-Orgánicas, estas compañías presentes tienen una relación débil y se encuentran en sectores distintos, sin embargo, trabajan conjuntamente en la imagen conjunta de la red y mantienen una información que pueda ser de relevancia para los demás nodos.

Las estructuras de redes son un recurso de gran valor, además, la cooperación dentro de la misma genera oportunidades ventajosas para ingresar a nuevos mercados y poder generar un mayor conocimiento y aprender a poder seleccionar mejor cuál será el modo de entrada (Oviatt y McDougall, 2005)

Para Méndez y Amelia (2018), las redes interorganizacionales representan un tipo de cooperación entre compañías que permite alcanzar distintos tipos de ventajas, frente a los demás competidores del mercado; además que las relaciones de colaboración, cooperación y de redes en diferentes sectores ha aumentado progresivamente y consolidándose con efectos positivos para las empresas.

Por otro lado, la teoría de internacionalización concentrada en un enfoque de redes involucra una gestión intercultural, esta permite crear más relaciones entre empresas de diferentes países (Hernández, 2014).

Según la teoría de redes, las pequeñas empresas emplean las redes de negocio para poder desarrollar sus procesos de internacionalización, lo cual permite superar las limitaciones de tamaño y encontrar así un dinamismo en su gestión, con el fin de aprovechar los beneficios de dicha internacionalización. En adición, los gerentes consideran importante interactuar entre los diferentes actores de una red, con el fin de

mejorar su posición dentro de esta, así como también aumentar el flujo de recursos.

(Johanson y Mattson, 1988, como se citó en Hadley y Wilson, 2003)

Por otro lado, las Pymes presentan un patrón determinado y enfocado en la externalización de sus actividades durante el proceso de internacionalización, la cual depende en gran medida del establecimiento de las relaciones de red para seleccionar el mercado y modo de entrada. Asimismo, se afirma que tanto el grado, como la forma de internacionalización, están influenciados por diferentes tipos de relaciones que son desarrolladas en las redes, lo cual permite construir relaciones financieras, tecnológicas y de mercado con los otros miembros de la red y otras empresas. Esto permite extender las actividades dentro del mercado nacional para luego llegar al mercado internacional. En adición, en términos de redes, la internacionalización implica que la empresa genere relaciones de negocios en otros países, los cuales se pueden alcanzar: Mediante el establecimiento de relaciones en redes en nuevos países para la empresa (extensión internacional), por medio del desarrollo de relaciones en dicho mercado (penetración), y a través de la conexión de redes en países diferentes (Coviello y Munro, 1997, como se citó en Ochoa e Infante, 2021).

Finalmente, el enfoque de redes lo que proporciona es una vista más amplia y directa de lo importante que son las relaciones internacionales entre las empresas; además, se pueden obtener mayores y diversos conocimientos, tanto en tecnología como en desarrollo de una mejor gestión del capital humano. Asimismo, permite no sólo que las empresas amplíen sus conexiones nacionales, sino que además puedan llegar a nuevos mercados internacionales y generar así una conexión que facilitara el ingreso a estos.

1.3.5 Teoría de recursos y capacidades.

Según Reynoso (1998), la gestión estratégica permite a las empresas conseguir y mantener una ventaja competitiva frente a los demás rivales en el mercado; lo cual se

relaciona fuertemente con la teoría de recursos y capacidades, siendo esta la que sugiere que todos los beneficios extraordinarios de las empresas son generados por los ingresos de recursos especialmente valiosos, lo cuales se convertirán en una fuente para la ventaja competitiva. Asimismo, se explica que la estrategia que plantea esta teoría consiste en una búsqueda constantes de rentas extraordinarias, siendo además las empresas, en este rubro, heterogéneas en cuanto a la dotación de recursos, lo cual permite que las organizaciones desarrollen a partir de estos recursos; capacidades y ventajas competitivas diferentes.

Por otro lado, dentro de esta teoría de recursos y capacidades, el enfoque de la estrategia basado en los factores externos a la organización no brinda un sustento sostenible para un desarrollo a largo plazo, debido a que el entorno es cambiante. Es por ello, que, en la estratégica convencional, se observa desde la parte externa de la empresa para luego configurar lo interno. En este modelo cualquier cambio en la tecnología o interés de los consumidores, puede generar que la empresa este incapacitada para hacer frente a esto, porque no posee los recursos adecuados para ello.

Por consiguiente, es de suma importancia para las compañías el obtener la mayor cantidad de recursos y capacidades para poder hacer frente a un mundo tan cambiante. Esto les permitirá tener una base mucho más sólida para cualquier eventualidad.

Finalmente, esta teoría de recursos y capacidades es relevante para esta investigación, debido a que brinda un alcance más exacto de lo que las compañías deben de buscar, con fin de poder obtener tanto una ventaja competitiva frente a los demás competidores; así como también, el tener los suficientes recursos y capacidades para poder enfrentar cualquier mínimo cambio en el mercado y poder así cubrir las necesidades de los consumidores.

1.3.6 Teoría de la competitividad.

Para Páez, Jiménez y Buitrago (2021) el interés por la competitividad proviene de tiempos muy lejanos, desde incluso los inicios del comercio internacional; asimismo, a partir de esta surgieron dos enfoques, la teoría de la ventaja absoluta y comparativa. En primer lugar, según Smith (1776) la ventaja absoluta se define como la capacidad que tiene, una persona, empresa o nación para producir un mismo elemento, pero utilizando menor cantidad de recursos que el otro. Por otro lado, según Ricardo (2001) para obtener una ventaja comparativa no es necesario especializarse en todos los elementos o productos que existan, sino que debe hacerse en lo que sea mejor y ahí enfocar su energía con el fin de ser más competitivos que el resto.

Por otro lado, es importante resaltar a la ventaja competitiva, la cual es definida como el conjunto de acciones y decisiones que una empresa formula e implementa para poder alcanzar sus objetivos. Asimismo, se explica que las causas por las cuales una empresa presenta un éxito considerablemente superior a otra, es debido al planteamiento de la estrategia empresarial, la cual debe estar sostenida en el largo plazo y que permita maximizar sus beneficios y confrontar mejor a la competencia.

Según Porter (1990) la ventaja competitiva de las naciones se ha convertido en una de las preocupaciones centrales de los gobiernos y las industrias de las naciones, sin embargo no existe una definición única, por lo que se puede explicar de diferentes maneras, como por ejemplo que la competitividad está en función de la mano de obra barata y abundante, algunos lo ven como un fenómeno macroeconómico los cuales son impulsados por variables como el tipo de cambio, los tipos de interés y el déficit público; pero uno de los argumentos que han tenido mayor cantidad de aceptación es que la que impulsa la competitividad es la política oficial, como la fijación de objetivos, la promoción de las importaciones y las subvenciones.

Por otro lado, el autor detalla un rombo de la ventaja nacional la cual da respuesta a varias interrogantes, como el por qué algunas empresas son capaces de superar las barreras sustanciales que se oponen al cambio y la innovación, o por qué determinadas compañías en ciertas naciones son capaces de innovar constantemente; es por ello por lo que se detallarán 4 atributos de una nación que conforman el rombo de la ventaja nacional:

-Condiciones de los factores: Para la teoría económica clásica, los factores de producción como el trabajo, tierra, recursos naturales, capital e infraestructura determinan el flujo del comercio. Siendo así, que una nación exportara las mercancías que hacen el máximo aprovechamiento de los factores de los que está mejor dotada. Asimismo, los factores más importantes de la producción son los que implican una continua inversión y especialización.

-Condiciones de la demanda: Las naciones logran una ventaja competitiva en los sectores donde la demanda interior da a sus empresas una imagen más clara de las necesidades de los compradores. Asimismo, las empresas ganan una ventaja competitiva si los compradores nacionales del producto o servicio son los más informados y exigentes.

-Sectores afines y auxiliares: Esta se refiere a la presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y afines que sean internacionalmente competitivos. Asimismo, la nación se beneficia al máximo cuando los proveedores son a su vez, competidores a nivel mundial, ya que es contraproducente que una nación mantenga “cautivos” a sus proveedores y que estos sean totalmente dependientes de la industria nacional. En adición, la competitividad en el interior de los sectores afines proporciona ventajas similares, como el flujo de información y el intercambio técnico aceleran la velocidad de innovación y mejora.

-Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: Está basado en las condiciones en la que una nación rige el modo con el que las empresas se crean, organizan y gestionan.

Asimismo, se menciona que el éxito de una nación está determinado en gran parte del tipo de formación que eligen las personas de talento, en donde optan por trabajar, de su compromiso y esfuerzo.

Por otro lado, Porter (1990) afirma que el papel del Estado es fundamental, sin embargo, este debe de servir como catalizador y estimulador, siendo así su misión la de alentar o incluso impulsar a las empresas a elevar más altos niveles de competitividad; así mismo el papel del estado como transmisor y amplificador de las fuerzas del rombo es muy influyente, la política que tiene éxito es la que crea un marco en el que las empresas puedan lograr ventaja competitiva.

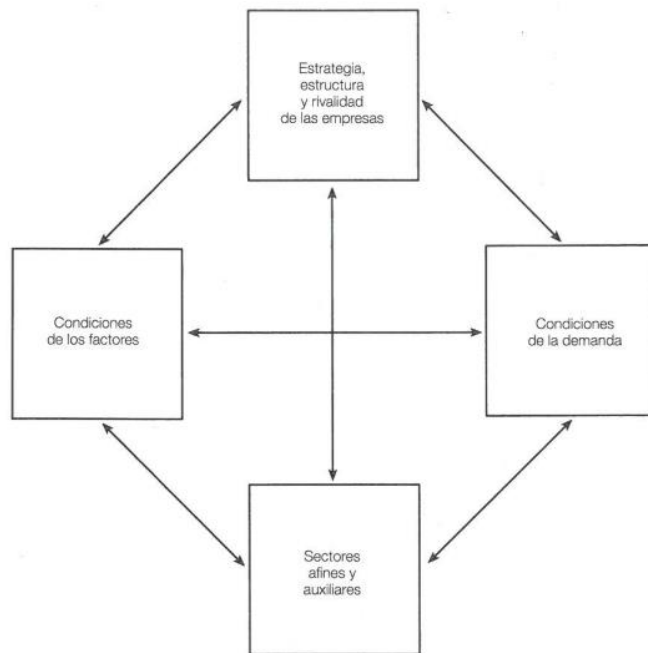


Figura 1. Diamante competitivo de Porter. Adaptado de "Diamante de la Competitividad de Porter", por Michael Porter, 1990.

Para Porter (1991) la estrategia competitiva permite tener buena posición competitiva en el mercado lo cual es importante porque brinda una postura provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector industrial. Asimismo, menciona que

la ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa es capaz de ofrecer a sus compradores y como estos están dispuestos a comprarlo.

Por otro lado, Porter menciona que existen cinco fuerzas las cuales son: poder de negociación de proveedores, poder de negociación de compradores, amenaza de nuevos ingresos al sector y amenaza de productos sustitutos; estos elementos pueden variar según la estrategia que la empresa utilice, afirma el autor. La influencia de estos dependerá mucho del desempeño tanto de la organización como del sector en el que se esté desarrollando.

En complemento, el autor también afirma que existen las estrategias competitivas genéricas, las cuales son determinadas por la ventaja competitiva sostenida que una organización debe tener, siendo esta los costos bajos o diferenciación las cuales determinarán las fortalezas o debilidades que pueda presentar frente a los competidores. Es por ello, que si una empresa cuenta con un liderazgo en costos dentro del sector en el que se encuentre podrá generar mayores índices de retorno y rentabilidad que el resto de su competencia; por otro lado, si se deriva en una estrategia de diferenciación, la compañía podrá hacerlo pero basándose en lo que el producto en sí puede proporcionar a los usuarios que serán los encargados de adquirirlo, si este es diferente al de los rivales en el mercado, este generará mayores rentabilidades para la organización que lo posea.

Finalmente, esta teoría de la competitividad es relevante para el proyecto de investigación, debido a que permite comprender mejor las distintas formas de competencia y como estas se ajustan de acuerdo con los objetivos, recursos y habilidades que posean las compañías para diferenciarse del resto de los competidores. Asimismo, la ventaja competitiva de la nación está determinada por distintos factores, los cuales convergen y permiten que se pueda obtener resultados positivos si es que estos son aplicados en la medida que corresponde. En adición, el papel del Estado es fundamental para el correcto

desarrollo de las empresas del mercado, sin embargo, este debe de operar como un ente regulador y estimulador, generando en muchas ocasiones que las mismas empresas obtengan mayores índices de competitividad.

1.4 Operalización de Variables y Dimensiones de la Investigación

La operacionalización de variables es definida como un procedimiento metodológico en el cual la persona que desarrolla la investigación convierte desde un plan teórico hacia un plan práctico, desarrollando las definiciones y la manera en la que se evalúan y miden las variables a utilizar en el trabajo de investigación (Quintana 2020).

De acuerdo a Hernández (2014), es un proceso mediante el cual se convierte la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, mediante la utilización y descripción de dimensiones e indicadores.

Las variables en una investigación son de suma importancia, es por ello por lo que se utilizara la Matriz de Operacionalización de Variables, la cual permite delimitar y definir la parte conceptual y operativa del proyecto, sus dimensiones, ítems e indicadores de cada variable empleada.

De acuerdo a Hernández (2014), la variable puede definirse como un atributo, el cual puede fluctuar y su cambio puede ser medido u observado. Cada variable es válida para un trabajo de investigación científica en el supuesto que se relacione con otras variables, es decir, cuando forman parte de la hipótesis o teoría. En ese caso, suelen denominarse construcciones u obras hipotéticas. Las variables pueden ser clasificadas de la siguiente manera: (i) variables cualitativas explican un atributo, rasgo, cualidad del objeto en estudio y no suelen determinarse con cifras; (ii) variables cuantitativas brindan un dato numérico para el objeto de estudio, como el peso, edad, ingresos, altura.

Por otro lado, Bavaresco (1996) define a las variables como *“Las diferentes condiciones, cualidades características o modalidades que asumen los objetos en estudio*

desde el inicio de la investigación. Constituyen la imagen inicial del concepto dado dentro del marco". De acuerdo a la autora, las variables pueden ser agrupadas en:

-Variable Independiente: es aquella que antecede y causa el problema, esta puede ser individual o varias dentro de un mismo fenómeno en estudio. Asimismo, esta es denominada como la raíz o motivo principal del objeto estímulo. Según Quintana (2020), la variable dependiente es el factor que es observado y medido para determinar el efecto de la variable independiente.

-Variable dependiente: es aquella que depende de los estímulos de alguna otra variable que le anteceda. Asimismo, son consideradas variables posteriores porque se esperan obtener durante el avance de la investigación. Estas deben estar presentes en la formulación hipotética en un segundo lugar. Según Hernández (2014), esta variable tiene la característica de ser considerada como causa de la relación entre variables, es una previa condición.

Para el presente trabajo de investigación, se estudiará la relación de la asociatividad y competitividad con el desempeño de las exportaciones de cacao de la región Junín. Asimismo, se logra determinar que la presente investigación presenta dos variables independientes, las cuales son la asociatividad y la competitividad, dado que estas variables permitirán establecer si existe relación con el desempeño de las exportaciones de cacao de la región Junín. Se considera esta última como la variable dependiente, debido a que cualquier resultado obtenido estará sujeto a la relación que se alcance con la asociatividad y competitividad. Por otro lado, cada variable de estudio contiene dimensiones adquiridas de acuerdo al estudio y análisis de los antecedentes mencionados anteriormente. Dado esto, las variables, así como las dimensiones, podrán ser visualizadas dentro del Anexo N° 1, Tabla "Matriz de Consistencia" y en el Anexo N° 2, Tabla "Matriz de Operalización de Variables"

1.4.1 Variable independiente: asociatividad.

Según PromPerú (2014), la asociatividad se presenta mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas que buscan un proceso de globalización en mercados internacionales, donde cada una tiene poder de decisión para participar del esfuerzo unido en busca de una meta final, pero logrando mantener su independencia jurídica. Asimismo, la asociatividad se explica como una alianza para disminuir costos y compartir riesgos en el comercio internacional. La asociatividad nace como una estrategia para enfrentar los nuevos mercados globalizados, los cuales presentan una fuerte competencia entre empresas locales y extranjeras.

Bezus y Bilotkach (2018), mencionados en el séptimo *paper* de los antecedentes internacionales, indican que la nueva oferta exportable y el acceso al mercado proviene del recurso valioso que es la creación de cooperativas y asociaciones, debido a que les permite a los productores ampliar su cartera de productos y afrontar los nuevos mercados, superando el obstáculo de "demanda de nuevas presentaciones de productos". Por otro lado, Torres, Melo y Fonseca (2017), también citados en el sexto antecedente internacional, destacan el gran aporte de la asociatividad a nivel local, el cual permite generar mayores beneficios económicos no sólo a los actores principales de la asociatividad, sino también a la región, impulsando la creación de oferta exportable para mejorar la competitividad del sector cafetero.

1.4.1.1 Dimensión n°1: promoción del estado

De acuerdo al Ministerio de Agricultura y Riego (2014), el Estado, en temas de asociatividad, tiene el objetivo de diseñar procesos de planificación, monitoreo y facilitación de intervenciones que logren fortalecer las capacidades producto de la asociatividad para los pequeños y medianos productores, siguiendo un enfoque de comercialización internacional, cadena de producción y garantizando un desarrollo

sostenible en el tiempo sobre el territorio. El Estado peruano enfoca su apoyo en pequeños y medianos productores del sector agropecuario, y también en los interesados en mejorar su capacidad productiva, con el objetivo de desarrollar su internacionalización.

De acuerdo al Diario El Peruano (2021), el gobierno aprobó la ley para fortalecer la asociatividad de productores agrarios en cooperativas el 10 de agosto del 2021. La Ley N°31335 dispone que todos los beneficios que se establezcan para las medianas y pequeñas empresas, en términos de producción, comercialización, promoción de exportaciones (internacionalización), financiamiento, entre otros, son aplicables a las cooperativas agrarias de usuarios sin limitación.

De acuerdo a Serrano, Martínez, Tiuzo y Pineda (2021), citados en el décimo *paper* de los antecedentes internacionales, los productores hortícolas carecen de conocimiento de la asociatividad debido a que el Estado no proporciona los métodos y/o herramientas necesarias para capacitarlos sobre el uso completo y las ventajas de la asociatividad. Por otro lado, Mucha (2017), también citado en el segundo antecedente nacional, destaca el apoyo necesario que se debe recibir por parte del Estado para asegurar el éxito de la asociatividad. De acuerdo al autor, el apoyo del Estado es precario, debido a que no se logra los estándares de calidad exigidos por los mercados internacionales, por lo tanto, las asociaciones que se crean no se pueden mantener en el tiempo.

Según Aquino y Quijandría (2019), citados en el séptimo antecedente nacional, el éxito de la asociatividad aplicada a las PYMES depende del apoyo que estas reciben por parte del Estado. Cuando el Estado brinda mayor conocimiento sobre el uso de esta herramienta, los volúmenes de exportaciones y el valor de exportación se incrementan debido que estas empresas reconocen el apoyo y valoración que reciben por parte de sus organismos de promoción.

-Indicador N°1: Inversión del Estado en promoción de la asociatividad:

El estado enfoca o direcciona sus inversiones en ciertos sectores que considera necesitan de un impulso para poder desarrollarse adecuadamente, es por ello por lo que las asociatividades necesitan de una promoción para que más personas o empresas deseen o consideren a esta como un mecanismo eficiente para poder desarrollarse mejor tanto en el mercado nacional como internacional.

-Indicador N°2: Programas de capacitación impulsados por el Estado:

Para que una empresa cuente con las habilidades necesarias poder desarrollarse adecuadamente en el mercado internacional, necesita de una capacitación constante, es por ello por lo que se busca activamente que esta se realice periódicamente para poder seguir creciendo y aumentando sus conocimientos, necesarios para poder seguir generando mayores beneficios para los involucrados.

1.4.1.2 Dimensión n°2: recursos y habilidades

De acuerdo a Rodríguez y Cervilla (2020), las organizaciones que aplican la asociatividad como impulsor a su internacionalización, deben tomar en cuenta que esta herramienta debe proporcionar una fuente de recursos y capacidades. Por otro lado, si no se considera los recursos, se presenta el riesgo de que la asociatividad fracase o se vuelva un concepto con escasa utilidad, debido a que las relaciones que los actores tienen serían realmente nulas.

De acuerdo a Oré (2014), citado en el octavo antecedente nacional, los productores están limitado en cuanto a recursos para mejorar su proceso productivo, debido a que individualmente no pueden adquirir los insumos y maquinaria necesaria para satisfacer la demanda de mercados internacionales. Mediante la asociatividad, estos productores logran adquirir mayor cantidad de recursos para afrontar el mercado internacional. Asimismo, Gutiérrez (2017), también citado en el cuarto *paper* de los antecedentes internacionales, concluyó que los recursos tecnológicos obtenidos de la asociatividad permiten mejorar

toda la cadena logística. Esto último permite la generación de mayor empleo y aumentan las ganancias económicas por la presencia en mercados internacionales producto de las mejoras a la calidad de los productos.

Según Canaza (2014), mencionado en el tercer antecedente nacional, una de las principales causas de la poca competitividad que tienen los agricultores es el desconocimiento sobre el proceso de internacionalización. El autor señala que el agricultor que no utiliza la asociatividad no desarrolla un conocimiento empresarial, por lo que su mejora de producción es nula y pierde competitividad frente a los demás.

De acuerdo a Ramírez y Vergara (2015), citado en el séptimo antecedente internacional, unos de los limitantes de crecimiento para las PYMES es la poca información y capacidad con la que cuentan. Mediante la asociatividad, estas organizaciones obtienen acceso a capacitaciones sobre temas de exportación y una constante capacitación. El conocimiento sobre la internacionalización es necesario para su sostenibilidad a largo plazo.

-Indicador N°1: Aprendizajes compartidos:

Cuando las personas transmiten sus conocimientos de una generación a otra, permite que los procesos y procedimientos, sigan manteniéndose acorde a lo que la empresa o cooperativa requiere para poder seguir funcionando adecuadamente a través del tiempo.

-Indicador N°2: Capacitaciones del capital humano:

Las organizaciones necesitan contar con el recurso más importante de todos, el humano, sin embargo, para que este pueda seguir generando un desempeño acorde a las necesidades del mercado y de la empresa; es necesario capacitarse periódicamente con el fin de adquirir nuevos conocimientos que generen un mayor rendimiento y beneficios conjuntos dentro de la cooperativa.

-Indicador N°3: Capacidad productiva:

Las organizaciones cuentan en ciertas ocasiones con limitaciones para poder producir cierta cantidad de un producto, es por ello por lo que se alían con el fin de seguir desarrollando o aumentar la producción de bien que este brinde a los usuarios.

-Indicador N°4: Implementación de tecnologías y acceso a recursos financieros:

Las empresas requieren constantemente de la adquisición de nuevos recursos tecnológicos, los cuales ayudaran a seguir manteniendo o mejorar los procesos de la misma. Asimismo, nada de esto puede ser posible si no se cuenta con el capital financiero adecuado para poder seguir adquiriendo más recursos y así generar un mejor desempeño de la organización.

1.4.2 Variable independiente: competitividad.

De acuerdo al Foro Económico Mundial (2016), la competitividad es definida como el conjunto de organizaciones políticas y factores que determinan el nivel productivo de un país en específico. La producción se relaciona directamente con la competitividad, debido a que la productividad conduce al crecimiento, lo cual permite mayores ingresos que mejoran la competitividad frente a otras organizaciones, países, etc. Las economías competitivas tienen más probabilidades de crecer sostenidamente, por lo tanto, tienen más probabilidades de que todos los miembros de esa sociedad sean beneficiados por el crecimiento económico.

Según Perea (2014), citada en el noveno paper de los antecedentes internacionales, los agricultores buscan mejorar su competitividad expresada en acceso y participación de mercados internacionales. Las conclusiones del autor señalan que la asociatividad generó mayor competitividad para los productores frente a los rivales externos. La competitividad se trabaja, inicialmente, a nivel local, para luego competir en el extranjero con las herramientas necesarias. Asimismo, Ramírez y Vergara (2015), también citados en el

noveno antecedente internacional, trabajan la asociatividad en base al desarrollo de la competitividad para las pequeñas y medianas empresas.

1.4.2.1 Dimensión n°1: participación de mercado

Según Gómez (2020), mencionado en el primer antecedente internacional, los campesinos participantes de los denominados “mercados campesinos” obtienen una mayor participación en mercados internacionales, lo cual beneficia no solamente a los involucrados directamente, también a las familias de estos participantes. Asimismo, Arangundi y Arangundi (2013) también citados en el segundo *paper* de los antecedentes internacionales, determinaron que la participación de mercado obtenida de la asociatividad con destino al mercado suizo logró que los productores de uvilla sean más competitivos a nivel internacional frente a otras empresas.

-Indicador N°1: Número de asociados:

La cantidad o número de asociados dentro de una cooperativa, es de suma importancia, debido que a mayor sea el número de los participantes mejores serán los beneficios a los que podrán acceder.

Indicador N°2: Acceso a nuevos mercados:

Las barreras de entrada a nuevos mercados para las empresas son amplias y en ocasiones es complejo el intentar ingresar a nuevo destino por sí solo, es por ello por lo que las personas buscan asociarse para así poder disminuir y/o reducir este bloqueo de entrada a nuevos mercados

1.4.3 Variable dependiente: desempeño de las exportaciones de cacao.

Según Diamantopoulos (1998), el desempeño exportador se describe como resultados posteriores de la manera en que se comportan las exportaciones cuando se muestran a distintas organizaciones y momentos concretos del ámbito. El autor señala que este

desempeño exportador demuestra tres dimensiones: (i) la exportación expresada en ventas, (ii) la exportación expresada en productividad y (iii) rendimiento cambiante.

Según Malca y Rubio (2015), en su *paper* titulado “*La continuidad y el desempeño exportador de la empresa peruana*” la permanencia continua en diversos mercados brinda una gran experiencia, esta última representa una de las maneras que permite a las empresas mejorar, por un lado, el desempeño exportador, y por el otro, el avance en las diferentes formas de internacionalización.

-Indicador N°1: Valor FOB en exportaciones:

El valor FOB en las exportaciones es un punto importante, tanto como indicador para la empresa u organización y también como factor para la toma de decisiones.

-Indicador N2: Cantidad Exportada:

La cantidad que se exporta de cada producto es un indicador fundamental que se relaciona con la presencia en mercados internacionales. En el extranjero se puede observar que las cantidades demandadas son mayores al comercio local, por consiguiente, se necesita aumentar el número de bienes producidos para poder satisfacer el mercado internacional.

1.5 Cacao

1.5.1 Historia del cacao.

El cacao proviene, originalmente, de un árbol proveniente de la cuenca amazónica. Tradicionalmente, los mayas lo consumían mezclado con especias y agua. Estas comunidades catalogaron a esta bebida como “xocolatl”, la cual era considerada un alimento divino. Este producto fue cultivado alrededor del 600 a.C por los mayas y era consumido en Costa Rica por los vendedores alrededor del 400 a.C. El descubrimiento mundial del cacao fue en 1528 por Hernán Cortés, el cual trajo y presentó el producto a Europa (Observatorio del Cacao, 2016).

En el caso de Perú, en el año 2016 se descubrieron indicios de que el origen del cacao podría estar en territorio nacional, específicamente en Jaén, Cajamarca. El arqueólogo Quirino Olivera, descubrió restos funerarios que en su interior contenían resto de semillas de cacao. De acuerdo a las pruebas de carbono 14, estos restos de cacao podrían tener un origen de aproximadamente 5,500 años (Agraria.pe, 2020).

1.5.2 Medidas normativas del cacao.

El *Global Quality and Standards Programme* (2021) presenta formalmente como Norma Técnica de granos de cacao a la NTP-ISO 2451, con la finalidad de implementar los requisitos de calidad estipulados en la norma. Asimismo, determina los requisitos, clasificación, muestreo, empaque y métodos de ensayo para los granos de cacao. Esta norma está dirigida para técnicos de campo, productores y asociaciones agrarias del sector cacao.

De acuerdo a PromPerú (2019) en su “*Cartilla de requisitos de acceso*” para el producto de cacao en grano para su exportación a la Unión Europea, señala que los requisitos para el acceso al mercado de la Unión Europea son los siguientes:

- Certificado Fitosanitario
- Límites Máximos de Residuos de plaguicidas y químicos

Por otro lado, el Perú tiene un Tratado de Libre Comercio vigente desde el 2013 con la Unión Europea. Debido a esto, el producto cacao en grano recibe un trato preferencial de desgravación total a 0%, esto solamente aplica al tener el certificado de origen.

De acuerdo a *The International Cocoa Organization* (2019) existen 3 especies de semillas de cacao de acuerdo a su árbol:

- Criollo: esta especie dominó el mercado hasta mediados del siglo XVIII, pero hoy en día solo quedan unos pocos árboles criollos puros.

-Forastero: esta especie representa un gran grupo que contiene poblaciones cultivadas, semi-silvestres y silvestres, de las cuales las poblaciones de Amelonado son las más extensamente plantadas. Grandes áreas de Brasil y África Occidental están plantadas con Amelonado. Las variedades de Amelonado incluyen Comum en Brasil, Amelonado de África Occidental en África, Cacao Nacional en Ecuador y Matina o Ceylan en Costa Rica y México.

-Trinitario: son consideradas como pertenecientes a los Forasteros, aunque descendientes de un cruce entre Criollo y Forastero. Trinitario comenzó en Trinidad, se extendió a Venezuela y luego a Ecuador, Camerún, Samoa, Sri Lanka, Java y Papua Nueva Guinea.

Según la Cámara de Café y Cacao (2020), el cacao se puede clasificar de la siguiente manera siguiendo un enfoque de calidad:

-Cacao base: se puede denominar cacao corriente, dado que cuenta con características de elevada acidez, un alto contenido de grasa y un sabor amargo.

-Cacao fino: este tipo de cacao tiene la particularidad de poca acidez, sabor suave, aromático y un bajo contenido de grasa.

1.5.3 Región Junín.

De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021) en su "*Plan Estratégico Regional Exportador de Junín*", esta región posee una amplia diversidad de recursos naturales y potencial exportador en incontables productos, un gran número de pequeñas y medianas empresas (principalmente en manufactura), personas con ganas de emprender y el compromiso de cada persona en aumentar la productividad de Junín con el fin de mejorar su competitividad y su crecimiento económico en beneficio de toda la población.

Todo el proceso que lleva la agroindustria representa, entre otras, la principal actividad económica, porque genera miles de puestos de trabajo cada año en la región Junín, así como una estabilidad económica a nivel regional. De acuerdo con estimaciones, el Valor Agregado Bruto referente a la Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura en el año 2020 fue de US\$1 459 775 (Banco Central De Reserva [BCR], 2021) y estas actividades a su vez representaron el 10.5% de la estructura departamental.

Tabla 4

Valor Agregado Bruto 2021 de la región Junín

Actividades	VAB	Estructura %	Crecimiento promedio anual 2010 - 2020
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	1 459 775	10,5	2,7
Pesca y Acuicultura	5 962	0,0	2,0
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	3 666 923	26,4	7,4
Manufactura	814 405	5,9	-0,2
Electricidad, Gas y Agua	344 178	2,5	2,4
Construcción	778 435	5,6	1,3
Comercio	1 505 585	10,8	1,7
Transporte, Almacén., Correo y Mensajería	797 578	5,7	1,6
Alojamiento y Restaurantes	162 703	1,2	-2,5
Telecom. Y Otros Serv. De Información	676 939	4,9	10,2
Administración Pública y Defensa	1 009 799	7,3	5,9
Otros Servicios	2 683 511	19,3	3,9
Valor Agregado Bruto	13 905 793	100,0	3,9

Nota: Se ha realizado el desagregado por actividad de la región Junín, expresado en miles de soles. Adaptado de “Caracterización del departamento de Junín”, por Banco Central de Reserva del Perú, 2021.

El sector agropecuario representó el 10,5% del Valor Bruto de Producción de la región en 2020 y representa una de las tantas principales actividades productivas de Junín, por emplear significativa proporción de la mano de obra (37,9% de la Población

Económicamente Activa ocupada en el periodo de 2019 y 50,5% en el 2020), en términos del subsector agricultor, este se diferencia con 2 zonas:

-La sierra: en el cual la mayor parte de la producción participa en el abastecimiento al interior del país, así como a la zona central del Perú. Se resalta la participación de papa, arveja, zanahoria, quinua, olluco, maíz, etc.

-Ceja de selva y selva: el proceso productivo es enfocado principalmente a consumo interno. Se puede destacar los productos: plátano, naranja, piña. Por el otro lado, también se dedica a los procesos de agroexportación con productos tales como el cacao, maíz amarillo, café, jengibre (Banco Central de Reserva del Perú, 2021).

Durante 2020, los cultivos con mayor crecimiento en Junín fueron papa, maíz choclo, yuca, piña, plátano, arveja grano verde, maíz amiláceo, naranja, palta y mandarina; en cuyo resultado influyó la continuidad de la demanda a pesar de las consecuencias económicas a raíz del fenómeno sanitario del coronavirus. En cuanto a los cultivos permanentes, los mayores incrementos se observaron en jengibre (125,2%), maca (55,6%) y cacao (7,7%), explicado por una mayor demanda externa, al demandarse mayores volúmenes de jengibre y maca por motivos de salud (reforzamiento del sistema inmunológico) (Banco Central de Reserva del Perú, 2021).

De acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú (2021) en su reporte *“Caracterización del departamento de Junín”*, en la región Junín, para la producción agro, se contaba con un aproximado de 5,7 mil ha en el año 2000. En un periodo de 10 años, la zona apta para cultivo creció hasta llegar a las 9,4 mil ha. Posteriormente para el final del 2020 la región logró alcanzar 22,6 mil ha para cultivo y producción de productos agroindustriales. Por otro lado, entre 2010 y 2020 la región Junín tuvo un crecimiento considerable sobre la producción de cacao, esta aumentó 6 veces en ese periodo de tiempo, además, la zona que era dedicada para la cosecha aumentó 3 veces. Estos datos evidencian

la eficiencia y buen rendimiento que tiene la región de Junín, el cual se encuentra mejor posicionado en términos de productividad que la mayoría del país.

Junín cuenta con 4,3 millones ha, sin embargo, únicamente el 9% se destina y centra en la agroindustria y lo que falta de porcentaje se dirige a tierra que no pueden ser utilizadas para la producción nacional e internacional (esto corresponde el 91%), cabe resalta que el porcentaje de tierras protegidas asciende hasta 62%, lo cual es una gran zona que podría representar una ventaja y crecimiento para la región. Las zonas aptas para la agricultura se ubican principalmente en el valle del Mantaro, en contadas áreas de los valles del Perené. De acuerdo con sus zonas investigadas y analizadas, se deja en claro que la región tiene limitaciones territoriales para mejorar sus actividades económicas y posteriormente mejorar el desarrollo (Armendáriz, Jaramillo y Zegarra, 2010).

Los climas de la región de Junín varían según la zona en cuestión. Las variaciones se explican de acuerdo con la temporada en que se encuentre y en las altitudes de la zona.

La región de Junín tiene zonas para la posible siembra de cultivos de ámbito permanentes y semipermanentes, tanto de consumo interno, para la industria, lo cual se presenta como una ventaja geográfica frente a otras regiones, debido a que los productos que se cultivan en estas tierras tienen una duración de más de una temporada, esto quiere decir que solo necesitan 1 periodo de plantación, y posterior a esto, pueden ser cosechados varias veces. La mayoría de estos cultivos son frutas, también se resalta el cacao. En términos generales, estos cultivos necesitan una mayor inversión en comparación con los cultivos normales (productos que necesitan más periodos de plantación), sin embargo, se genera a largo plazo una rentabilidad potencialmente mayor (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021).

1.6 Exportación de Cacao

1.6.1 Exportación de cacao mundial.

Las exportaciones posteriores al año 2004 simbolizaban más del 70% de la producción alrededor del mundo; en los años siguientes, su cuota de mercado se redujo a un ritmo que oscilaba entre el 60% y el 65% de la producción en el mundo. Por otra parte, las exportaciones mundiales hasta el periodo de 2003 no podían superar los 2,5 millones de Tm, pero debido a un aumento repentino de la demanda y producción mundial de cacao (por encima de 4 millones de Tm) se impulsaron las exportaciones, con un número que superaba los 2,5 millones de Tm. En 2011 los mayores niveles de exportación (3,3 millones de Tm) fueron alcanzados, dado el caso de que los precios internacionales alcanzaron máximos históricos ocasionado casi en su totalidad por el incremento de la necesidad del producto que llevó a la producción del cacao de exportación; inventarios más bajos afectados por la agitación política en Costa de Marfil; así como por la especulación internacional, especialmente por parte de los llamados “fondos de inversión” (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).

Para el año 2014, las exportaciones se recuperaron (21,8%) con un volumen de 3,3 millones de Tm, causado por mayores exportaciones de Ghana y Costa de Marfil (participaron con el 59% del comercio internacional).

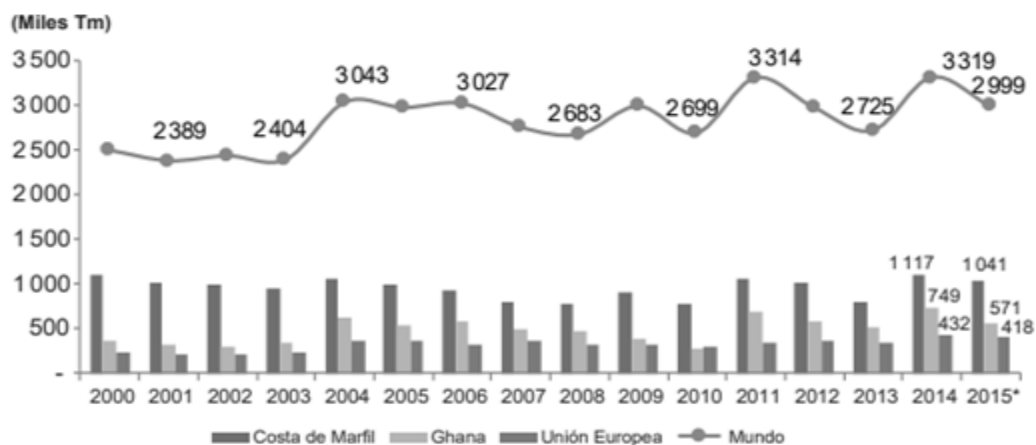


Figura 2. Exportaciones mundiales de cacao en el período 2000-2015. Adaptado de "Estudio del cacao en el Perú y en el mundo", por Ministerio de Agricultura y Riego, 2016.

De acuerdo al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021), en relación a las exportaciones de cacao en grano a nivel mundial durante las campañas del 2013/14 al 2019/20, se evidenció un aumento aproximado de 1.5% anual, lo cual representa un dinamismo creciente. Según la Tabla 5, los principales países que presentaron un crecimiento representativo fueron: Ecuador, Costa de Marfil y Camerún con 7,9%, 5,4% y 3,0% respectivamente.

Durante el periodo 2019/20, la exportación mundial del producto presentó 3,095 miles de toneladas en términos de volúmenes, esta cifra sumada a las reexportaciones registradas por la Unión Europea, representan 3,491 miles de toneladas. Al comparar con la campaña del periodo anterior, se evidencia una reducción en la cantidad exportada a nivel mundial de 13,4%. Este porcentaje se explica por la reducción de comercialización del cacao por parte de países como: República Dominicana con 67,4%, Malasia con 29,4%, Ghana con 19,6% y Países Bajos con 17,0%.

Es importante destacar que los volúmenes de exportación por parte de la Unión Europea (Países Bajos y Bélgica principalmente) se explican con una reexportación desde diferentes países productores. Sin embargo, la Unión Europea representa el mayor centro de molienda

para aquellos países subdesarrollados o en vías de desarrollo, asimismo, se considera como el mayor mercado para productos finales derivados del cacao procesado.

Tabla 5

Exportaciones mundiales de cacao en grano

Exportadores	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
Mundo	3 188	2 626	2 980	3 892	3 472	4 032	3 491
Costa de Marfil	1 117	1 286	1 056	1 562	1 530	1 567	1 530
Ghana	-	-	581	611	525	649	522
Ecuador	199	236	227	285	288	314	314
Camerún	193	238	264	236	178	273	230
Bélgica	135	161	187	97	114	168	170
Países Bajos	197	172	139	222	110	193	160
Malasia	94	71	91	90	104	109	77
Perú	47	59	62	78	66	64	54
República Dominicana	68	80	74	66	82	65	21
Sierra Leona	0	4	10	23	15	14	20
Subtotal	2 051	2 308	2 691	3 270	3 012	3 417	3 098
Otros	1 137	318	289	622	460	615	393

Nota: Se ha realizado el listado de los principales países exportadores de cacao en grano, las cifras están expresadas en miles de toneladas. Adaptado de “Observatorio de *Commodities*: Cacao”, por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2021.

1.6.2 Producción nacional de cacao.

De acuerdo al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021), en el territorio nacional se realiza la producción de las 3 especies de grano de cacao: 53,3% de la especie Trinitario en la región Junín, 37,7% de la especie Forastero en las regiones de Cusco y Ayacucho y 9,4% de la especie de Criollo en las regiones zona norte de San Martín, Cajamarca y Amazonas. La producción peruana ha venido creciendo sostenidamente a una tasa promedio de 12,6% anual. De acuerdo a la Figura 3, el crecimiento de la producción nacional ha sido sostenido. Se puede evidenciar un estancamiento y crecimiento

insignificante hasta el 2009. Por otro lado, a partir del año 2010 se inicia un proceso de crecimiento paulatino y fuerte en cuanto a la producción nacional, con un valor de 46,6 mil Tm. El año 2020 registra la mayor cifra de 151,622 mil Tm.

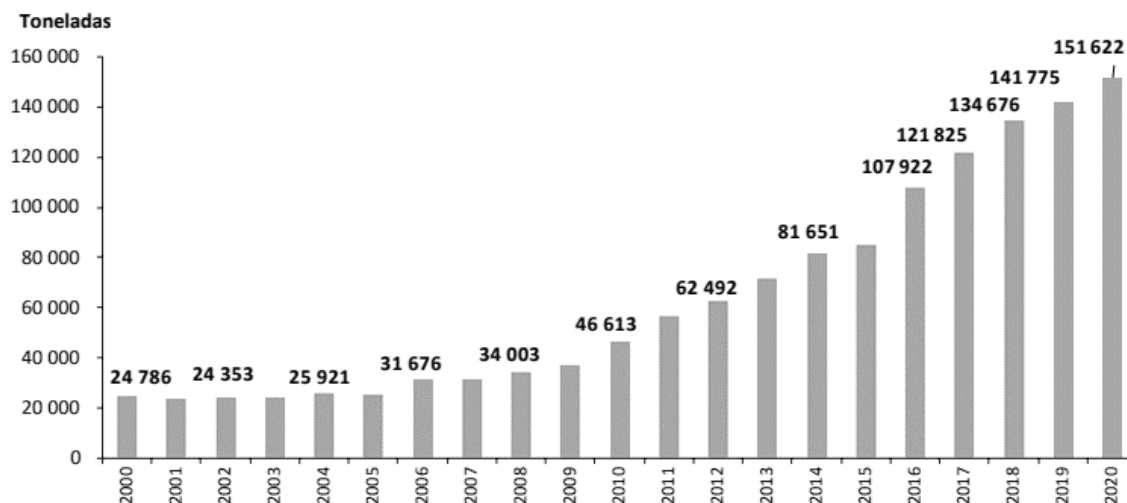


Figura 3. Comportamiento de la producción nacional de cacao en grano durante el periodo 2000-2020, expresado en miles de toneladas. Adaptado de "Observatorio de Commodities: Cacao", por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riesgo, 2021.

A nivel regional, entre los centros más importantes de producción de cacao se encuentra San Martín con 48,4 mil Tm representando un 35,6% de participación, Junín con 25,5 mil Tm representando un 18,8% de participación, Ucayali con 17 mil Tm representando un 12,5% de participación, Huánuco con 13 mil Tm y Cusco con 10 mil Tm. Entre estas 5 regiones se concentra el 84% de la producción peruana.

En el año 2020, la producción peruana de cacao aumentó en 6,9% respecto al 2019 (pasó de 141,775 mil Tm a 151,622 mil Tm), ocasionado por un incremento de producción en las regiones Ucayali, Junín, San Martín y Huánuco. De acuerdo a la Tabla 6, en el periodo del 2020, las regiones que registraron una mayor participación en la producción nacional fueron San Martín (39,6%), Junín (18,2%) y Ucayali (14,3%). Estos porcentajes,

sumados a las regiones de Huánuco y Cusco, dan como resultado un 86,5% de la producción de todo el país.

Tabla 6

Producción regional de cacao en grano

Departamentos	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Perú	84 814	107 922	121 825	134 676	141 775	151 622
San Martín	37 319	45 996	51 440	56 136	54 184	60 076
Junín	15 334	21 400	21 801	24 755	25 560	27 536
Ucayali	4 201	8 622	13 245	16 587	17 031	21 705
Huánuco	5 292	6 491	8 912	10 392	13 403	14 395
Cusco	8 048	10 788	8 707	8 192	9 915	7 424
Ayacucho	4 973	5 544	5 056	5 113	5 998	5 634
Pasco	1 144	1 338	1 835	3 881	4 407	4 033
Amazonas	4 718	4 224	6 352	4 514	5 108	3 367
Cajamarca	1 320	1 001	996	955	1 121	1 390
Piura	768	658	599	1 009	1 438	1 385
Otros dptos	1 696	1 858	2 881	3 141	3 612	4 675

Nota: Se ha realizado el desagregado por departamento del Perú sobre producción nacional de cacao, las cifras están expresadas por toneladas. Adaptado de “Observatorio de *Commodities: Cacao*”, por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2021.

1.6.3 Exportación nacional de cacao.

En el Perú, las exportaciones de productos no tradicionales desde el año 2015 hasta el 2016 tuvieron un decrecimiento porcentual de 0.88%, fue en el 2017 donde empezó nuevamente el crecimiento continuo. Esto lo explica el entonces ministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros Koppers; este resultado respondió a las mayores ventas de productos agropecuarios (9%), pesqueros (15%), textiles (6%), metal-mecánicos (15%), sidero-metalúrgicos y joyería (17%) y químicos (3%). Para el año 2020, volvió a

registrarse una disminución de las exportaciones no tradicionales producto de la pandemia mundial. Sin embargo, para el año siguiente, el país pudo recuperarse, teniendo una variación porcentual positiva de 28.20%.

Tabla 7

Exportaciones tradicionales y no tradicionales en el Perú

	Exportaciones tradicionales	Exportaciones no tradicionales
Año	Valor FOB (millones US\$)	VALOR FOB (millones US\$)
2015	23,432.15	10,894.65
2016	26,182.95	10,798.27
2017	33,565.85	11,725.31
2018	35,637.72	13,240.17
2019	34,014.37	13,812.31
2020	30,013.37	12,770.48

Nota: Se ha realizado el desagregado de las exportaciones tradicionales y no tradicionales a nivel nacional en el periodo 2015-2020, expresado en valor FOB (millones US\$). Adaptado de “Correlacionador exportaciones no tradicionales por sector económico”, por Banco Central de Reserva del Perú, 2022.

El Perú cuenta con 6 de las 10 familias genéticas de cacao existentes en el mundo, por ello, se ha posicionado como el segundo productor mundial de cacao orgánico y productor de cacao fino de aroma.

De acuerdo al Centro de Investigación Empresarial (2018), Las regiones agropecuarias del centro y oriente peruano (San Martín, Loreto, Ucayali, Junín y Amazonas) llegaron a incrementar sus exportaciones en 38.2% en el primer semestre del año, alcanzando con ello US\$ 32.4 millones. El cacao en grano, aceite de palma y los palmitos preparados fueron los productos con mayor significancia en exportaciones, obteniendo US\$ 10.3 millones, US\$ 8.8 millones y US\$ 1.7 millones; respectivamente.

Según datos de Sierra y Selva Exportadora (2017), el 90% de la producción de cacao del Perú es para exportación y más de la mitad es cacao en grano.

Según José Yturrios (2021), el 85% de la producción en grano se exporta. Entre 2010 y 2019, la producción destinada a la exportación de cacao en grano y derivados creció 16% interanual, llegando a las 109.765 Tm en 2019. Sin embargo, en 2020 y debido a la cuarentena por el COVID, hubo una reducción del 13% con respecto a 2019. Durante 2010-2020, las regiones de Ucayali, San Martín, Huánuco y Pasco registraron el mayor crecimiento en el proceso productivo nacional, con 35.6%, 11.1%, 22.8% y 31.9% anual, respectivamente. Estas cuatro zonas ahora representan el 66% de la producción del Perú, en comparación con el 52% en 2010.

Dentro de los años 2015-2020 el comercio internacional de cacao y derivados se mantuvieron con tendencia alcista, con un incremento anual de 0,5% (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2021). En 2015, el valor de exportaciones alcanzó los US\$ 267 y en 2020 alcanzó los US\$ 273.

Este aumento estuvo impulsado principalmente por las mayores exportaciones de cacao en pasta (24,3% promedio anual), seguido de cacao en polvo (14,6%), cacao transformado en chocolate (9,7%) y cacao transformado en manteca (8,9%).

Tabla 8

Exportaciones peruanas de cacao y derivados

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL	266 972	293 681	235 341	257 232	294 263	273 437
Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	192 274	201 569	148 357	158 503	153 463	145 747
Manteca, grasa y aceite de cacao	42 940	54 455	50 274	66 176	88 997	65 913
Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	15 960	14 974	18 220	22 813	26 581	25 396
Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	10 642	12 161	13 418	12 754	15 591	21 077
Pasta de cacao, incluso desgrasado	5 128	10 313	4 976	6 041	9 493	15 222
Cáscara, películas y demás residuos de cacao	28	210	97	55	137	82

Nota: Se ha realizado el desagregado de tipo de presentación de cacao según sus exportaciones en el periodo 2015-2020, expresado en miles de US\$. Adaptado de “Observatorio de *Commodities: Cacao*”, por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2021.

Las cifras exportadoras del año 2016 son sin duda las mejores de la última década, con exportaciones que hacen hasta los US\$202 millones, pero han ido disminuyendo en años posteriores.

La partida que más se exportó en el 2015 fue “cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado”, con un total de U\$ 192, 274 millones. En 2015, Holanda destacó como el principal destino de exportación de cacao y sus productos, durante los primeros 11 meses del año (enero – diciembre), las exportaciones de cacao y sus productos fueron principalmente a Holanda con un valor FOB de US\$85,5 millones (porcentaje de participación de 35.8%), seguido de EEUU (29,7 millones de dólares), Bélgica (27,6 millones de dólares), Italia (15,0 millones de dólares) y el Reino Unido (12, millones de dólares), entre otros países (Ministerio de Agricultura y Riego, 2016).

Para el año 2020, las exportaciones de cacao tuvieron una disminución de 7.62% respecto al 2019, en ese año las exportaciones ascendieron a U\$ 273, 437 millones mientras que el año posterior fueron de U\$ 294, 263 millones; esto debido principalmente al inicio de la pandemia mundial que frenó fuertemente el comercio internacional y paralizó las exportaciones a nivel mundial. Para el año 2020 se registraron 32 mercados de destino para las exportaciones de cacao; Holanda es el principal mercado de consumo de cacao en grano con un valor de aproximadamente US\$26,5 millones, que representan el 20,3%; seguido de Bélgica con un valor de US\$25,96 millones (19,9%) e Indonesia con US\$21, millones (16%), estos 3 destinos concentran más del 56,5% del mercado cacaotero. De igual forma, los países con mayor índice de aumento de exportaciones respecto al mismo período de 2019 son: Bélgica con un increíble 157,3% y Alemania con 60%.

1.6.4 Exportación de cacao en Junín.

Las exportaciones de producto no tradicionales han tenido un crecimiento constante a lo largo del periodo 2015-2020, a excepción del año 2018 donde se registró una pequeña

caída del 4.4% respecto al año anterior. El año 2020 fue la cifra más grande de los últimos años, registrando un valor FOB de US\$133.98 millones, esto representa un crecimiento de 112% respecto al año 2019. En cuanto al sector agropecuario en la región Junín, ha tenido un crecimiento constante a lo largo del periodo 2015-2020, a excepción del año 2016 donde hubo una reducción del 26.41% respecto al año 2015. Por otro lado, el año 2020 fue el más exitoso para el sector agropecuario de la región, debido al crecimiento de aproximadamente 150% respecto al año 2019.

Tabla 9

Exportación de productos tradicionales y no tradicionales en la región Junín

Año	Productos Tradicionales	Productos No Tradicionales	Sector Agropecuario
	Valor FOB (US\$ millones)	Valor FOB (US\$ millones)	Valor FOB (US\$ millones)
2015	925.96	40.52	29.16
2016	758.99	36.75	21.46
2017	860.94	55.85	49.93
2018	856.13	53.37	44.34
2019	839.41	63.15	48.91
2020	1033.15	133.98	122.27

Nota: Se ha realizado el desagregado de las exportaciones de la región Junín por tipo de producto 2015-2020, expresado en millones de US\$. Adaptado de “Exportaciones por grupo de productos de Junín”, por Banco Central de Reserva del Perú, 2022.

De acuerdo a la Tabla 10, los principales productos agropecuarios exportados en la región Junín en el periodo 2015-2020 son el café, el jengibre y el cacao.

Tabla 10*Exportaciones agropecuarias de la región Junín*

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	80,453	89,350	107,790	93,544	103,391	199,808
Jengibre	8,298	9,104	33,227	32,493	34,080	97,800
Café	60,548	65,113	56,050	42,736	51,219	75,049
Cúrcuma	697	835	2,437	1,638	2,497	4,775
Cacao/derivados	4,670	5,123	6,290	4,857	6,110	6,787
Frutas	1,232	1,556	2,889	3,624	3,271	5,487
Hortalizas	3,312	3,327	3,343	3,408	3,106	4,608
Quinoa	960	1,397	779	41	240	1,323
Musgos	405	461	323	491	742	683
Yacon	331	344	350	481	274	287

Nota: Se ha realizado el desagregado de los principales productos agropecuarios exportados por la región

Junín en el periodo 2015-2020, expresado en miles de US\$. Adaptado de “Reporte de Comercio Regional – Anual 2020”, por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021.

De acuerdo a la Tabla 11, la presentación del cacao que más exporta la región es: cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. Este representa un aproximado del 80% de las exportaciones del cacao. La región Junín ha tenido una variación de exportaciones de cacao a lo largo de los años. En el año 2018 las exportaciones se redujeron en un 23%, para el siguiente año lograron aumentar en 26%. Finalmente, en el 2020 alcanzó su cifra más alta en exportaciones de cacao, siendo esta de US\$6,787 miles, lo cual representó una variación porcentual de 11.08% respecto al 2019.

Tabla 11*Exportaciones de la región Junín de cacao y derivados*

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	4,670	5,123	6,290	4,857	6,110	6,787
Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	3,970	4,104	5,177	4,002	4,239	5,250
Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	345	518	237	452	1,185	596
Pasta de cacao, incluso desgrasado	150	173	118	111	176	329
Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	5	3	145	10	25	310
Manteca, grasa y aceite de cacao	200	324	523	282	484	302

Nota: Se ha realizado el desagregado de tipo de presentación de cacao según exportaciones de la región Junín en el periodo 2015-2020, expresado en miles de US\$. Adaptado de “*Reporte de Comercio Regional – Anual 2020*”, por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2021.

Capítulo II. Plan de Investigación

2.1 Realidad Problemática

De acuerdo con lo indicado según Panday y Pandey (2015) en su obra titulada *“Research methodology: tools and techniques”*, plantea que los problemas se encuentran en todo sitio, se viven cada día y suceden en nuestro entorno, en varias ocasiones hasta se pueden observar y sentir.

Asimismo, a lo largo de las investigaciones, surgen la dificultad de plantear un problema debido a lo amplio de los campos que se quiere investigar, sin embargo, Behar (2008) señala que el problema es el tema inicial (de donde parte todo) de cualquier trabajo, y este a su vez aparece a raíz de una dificultad. En este sentido, según Bernal (2010) en su obra titulada *“Metodología de la investigación”*, el problema no se debe expresar como un objeto que tiene falta de funcionalidad o de ámbito negativo, es más, se debe considerar como todo lo que quiera el investigador o el cuerpo de investigación para conocer, pero considerando que la solución planteada pueda ser beneficiosa, esto quiere decir que solucione algo práctico.

Por otro lado, para poder elaborar adecuadamente una investigación es necesario que se tenga un amplio conocimiento sobre el problema, es por ello, que según Schwarz (2018) para poder alcanzar este objetivo se deben tener en cuenta ciertas consideraciones tales como: El tema es interesante, no está resuelto, es factible, refleja una necesidad, entre otros.

Debido a lo antes mencionado, la investigación busca determinar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020.

El 2015 fue un año en el que la economía presentó una mejora significativa con respecto al año anterior. Según la Organización Mundial del Comercio (2015), sólo durante el

primer trimestre de este año 2015 el comercio mundial siguió creciendo a un ritmo moderado, a su vez el PBI de los Estados Unidos pasó de ser muy negativo a muy positivo con respecto al 2014. En adición, una de las razones por las cuales el año 2014 presentó ciertas complicaciones para que el crecimiento económico en el mundo pudiera crecer tal y como estaba previsto, fueron las diversas tensiones geopolíticas y fenómenos naturales, los cuales llevaron a que las exportaciones en el mundo se vieran afectadas.

De lo mencionado previamente, se puede concluir que durante el año 2015 se presentaron mejoras significativas tanto económicas, como en el comercio internacional, esto lo hace relevante para nuestra investigación, debido a que nuestro periodo de análisis parte de este año mencionado; asimismo, en el Perú se pudo observar un mayor crecimiento económico, lo cual conllevó a que un mayor número de cooperativas se creen durante este año.

En varias zonas del mundo, la asociatividad ha llegado a ayudar a fortalecer la relación cooperativa entre los bloques económicos y los miembros de la sociedad, al crear nuevos planes para las empresas y promoviendo una economía en desarrollo mediante la aplicación de medidas públicas conjuntas. Un claro ejemplo es el caso de España (un país desarrollado del 1er mundo), este ha diseñado mecanismos para desarrollar, implementar y dar seguimiento a políticas públicas que promuevan la participación ciudadana de manera cooperativa y solidaria.

El tema de asociatividad puede ser fácilmente visualizado de igual manera en Latinoamérica, en Colombia en específico, con el Programa Asociatividad FINAGRO (El Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario), este programa apoya los modelos de asociatividad en encadenamientos productivos, que integren un grupo específico de productores, comercializadores y entidades de apoyo (Agronet, 2018). Es una organización cuyo objetivo es promover el desarrollo de la Colombia rural, con

herramientas financieras de apoyo y de desarrollo rural para estimular y mejorar la inversión. FINAGRO actúa como una persona jurídica secundaria, es decir, brinda recursos en condiciones promocionales a las instituciones financieras, para que estas faciliten el crédito para poder desarrollar nuevas estrategias y proyectos de producción. Además, con el objetivo de mejorar la accesibilidad al financiamiento al público en general, FINAGRO gestiona las herramientas para el desarrollo de su proyecto agrícola. Según las conclusiones del autor Dimas (2016), los impactos generados por los créditos brindados por FINAGRO son beneficiosos y generan un impacto significativo en el sector. Esta relación mostraría cómo el apoyo financiero afecta el comportamiento del sector agroindustrial. Esta relación se esperaba que fuera positiva, debido a que FINAGRO y Banco Agrario se encuentran entre las escasas entidades de financiamiento que brindan crédito a la agricultura.

Por otro lado, las experiencias impulsadas por el Estado en el país de Argentina, desde programas e iniciativas de microcrédito hasta empresas vinculadas a la producción en diversos sectores y han llevado a que a nivel mundial se apoye un mayor número de grupos de interés (García y Rofman, 2013). Se han ido reactivando paulatinamente los negocios comunitarios, dando como resultado una mayor cantidad de puesto de trabajo en cada sector, particularmente en el agropecuario.

En el ámbito nacional, se puede resaltar el trabajo de AGROIDEAS. Su función es fomentar el fortalecimiento de la gestión empresarial, la asociatividad y la aplicación de tecnologías agrícolas ecológicamente sustentables por parte de PYMES agroindustriales organizadas a nivel nacional, contribuyendo al mejoramiento de los factores decisivos tales como: competitividad y calidad de vida de sus productos agropecuarios, gracias a una planificación y gestión eficiente y orientada a resultados. En el año 2015, el entonces ministro de Agricultura y Riego Juan Manuel Benites declaró que AGROIDEAS llegó a

invertir, para ese año, poco más de 325 millones de soles destinado al financiamiento de estrategias nacionales de negocios, lo cual benefició a 33,000 pequeños agricultores y sus familias, y fortalecieron a 694 organizaciones agrícolas. En el periodo 2010-2015, AGROIDEAS realizó una inversión superior a los 17 millones de soles en la región Ayacucho para impulsar la productividad de 16.000 ha de cultivos, crear más de 1.500 asociaciones agrarias y mejorar la calidad de vida de unos 7.600 agricultores (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2015).

La promoción de la asociatividad por parte del Estado peruano ha ido tomando importancia a lo largo de los años. En el periodo parlamentario 2006-2011 se observó un mayor enfoque en el apoyo a las asociaciones y cooperativas. En el 2007 se modificó el artículo n°35 del reglamento del congreso de la República para poder ampliar el ámbito de acción de la Comisión de Producción y Micro y Pequeña Empresa, incorporando a las Cooperativas (Resolución Legislativa del Congreso N°009-2007-CR). Por otro lado, para octubre del 2011, la agenda del congreso peruano presentó proyectos de ley destinados a anular 2 proyectos dirigidos al bienestar de las cooperativas. Debido a esto, se originaron grandes movilizaciones de las siguientes organizaciones: La Confederación Nacional de Cooperativas del Perú, la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú, la Central Cooperativa de Servicios ServiPerú y La Junta Nacional del Café. Una medida adicional optada por en este periodo fue en el 2012, mediante la aprobación de una ley que buscaba promover la inclusión de productores agrarios mediante las cooperativas, y de esta manera generar economías de escala, aumentar su capacidad de negociar y lograr su ingreso en el mercado de manera competitiva (Ley N° 29972, 2012).

Las acciones del gobierno se han centrado en la competitividad del Perú, lo que significa una promoción de la asociatividad enfocada en aumentar las capacidades productivas y comerciales a través de economías de escalas. Si bien la acción del Estado

contribuyó a la aparición y expansión de modelos económicos asociativos, también generó la desactivación a través de medidas estrictas.

Los mercados agropecuarios tienen un sistema caracterizado por una gran cantidad de intermediarios y sistemas de comercialización, quienes pueden comercializar en mayor medida, debido al acceso a la información, los volúmenes de mercado y su potencial económico; para apoyar a los productores (crédito ordinario), lo que, a su vez, socava su producción.

En el año 2015 se observó una revolución masiva en la tecnología agropecuaria en el país. Los productores agropecuarios de bajo nivel tecnológico, por ejemplo, aumentaron el número de tecnologías que adoptan. Así, los campesinos de la sierra incrementaron el uso de tecnologías como el tractor, fertilizantes y riego tecnificado, lo que indica que hubo iniciativas privadas de mejora tecnológica; este proceso contribuyó al aumento de la productividad de varios productores del sector (Consortio de Investigación Económica y Social, 2015).

El desconocimiento tanto de los mecanismos de acceso a los mercados de exportación, así como de los diferentes procesos relacionados a la investigación de mercados y de las operaciones de exportación, afecta negativamente a las decisiones de los productores y/o agricultores de mantenerse en los mercados internacionales.

En 2015, el Ministerio de Agricultura y Riego y la Asociación de Productores de Cacao y Chocolate (APPCACAO), elaboraron y difundieron la edición VI de la Feria del Cacao y Chocolate. Durante las actividades del evento se presentaron las ofertas de más de 2.500 productores de cacao y chocolate, así como la presentación de más de 500 tipos de derivados del cacao, los productores tuvieron la facilidad y oportunidad de encontrarse con otros colegas productores gracias a la rueda de negocios, los cuales ofrecieron alianzas estratégicas, y compartir su experiencia en el sector, este punto en específico fue

beneficioso para los productores porque de esta manera adquieren conocimientos de las buenas prácticas. El principal objetivo de la exposición es integrar conjuntamente a los actores económicos del mercado nacional y extranjeros en la cadena de valor del cacao peruano, así como promover el conocimiento y experiencia de la cultura cacaotera y del chocolate en el proceso productivo, incentivar el consumo nacional, brindar conocimiento de las propiedades y beneficios del cacao y café para las personas, además de posicionar su producto en mercados internacionales, con el fin de seguir con la gestión y realización de la internacionalización (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015).

De acuerdo a una investigación sobre la existencia de asociaciones y cooperativas dedicadas a la exportación de cacao en la web de *Veritrade*, se tomaron en consideración las siguientes cooperativas y asociaciones con presencia comercial internacional de cacao en Perú con su respectivo año de creación:

Tabla 12

Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en el Perú

Asociación/Cooperativa	Año de creación	Región
Asociación Cacaotera de Tocache	2015	San Martín
Cooperativa Agraria De Servicios Múltiples Tambopata Candamo	2015	Madre de Dios
Asociación De Productores Cacaoteros Y Cafetaleros De Amazonas	2013	Amazonas
Asociación De Productores Sostenibles & Servicios Múltiples De Café Y Cacao - Arosema Café & Cacao	2016	Junín
Cooperativa Agraria Innovación Cacao Y Café Del Vraem	2017	Junín
Asociación Cacaotera De Las Regiones Ucayali Huánuco Y Pasco - Ascruhp	2017	Ucayali
Asociación De Productores Ecológicos De Cacao Medio Urubamba - Ivochote	2013	Cuzco
Cooperativa Agraria De Cacao Aromático Colpa De Loros	2015	Ucayali
Cooperativa Agraria Intercultural Café Y Cacao De Rio Tambo - Vraem	2015	Junín

Asociación De Cacaoteros Ecológicos De Tocache Bambamarca - Asociación Cacao Ecológico	2018	San Martin
Cooperativa Agraria Ecológica Cacaotera Valle Rio Ene - Coopavre	2015	Junín
Cooperativa Agrobosque	2014	Madre de Dios
Asociación Agraria Las Colinas Del Huallaga - Agrocol	2018	San Martin
Cooperativa Agroindustrial De La Interoceánica Ltda	2016	Madre de Dios
Apsos Ecológico Perú	2012	Junín
Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa Lt	1978	Junín
Cooperativa De Servicios Múltiples Norandino Ltda (Coop.Norandino)	2005	Piura
Cooperativa De Servicios Múltiples De Productores Cafetaleros Y Cacaoteros Del Valle Del Marañon	2009	Cajamarca
Cooperativa Agraria Acopagro	1997	San Martin

Nota: Se ha realizado una lista de asociaciones y/o cooperativas exportadoras a nivel nacional con su respectiva fecha de creación y región donde realiza sus actividades.

Se observa que la gran mayoría de estas asociaciones tienen una tendencia de creación desde el año 2015.

Entre las asociaciones y cooperativas ubicadas en la región Junín que realizan exportaciones se resaltan las siguientes, con sus respectivas cifras exportadoras:

Según Veritrade (2022), se presentan los siguientes datos referentes a las exportaciones de las asociaciones y cooperativas:

-Asociación de Productores Sostenibles & Servicios Múltiples de Café y Cacao - Aposem Café & Cacao registra exportaciones por US\$ 617,532 en el 2017, exportaciones por US\$ 341,606 en el 2018 y exportaciones por US\$ 761,355 en el 2019.

-Cooperativa Agraria Innovación Cacao y Café del VRAEM registra exportaciones por US\$182,132 en el 2017.

-Cooperativa Agraria Intercultural Café y Cacao del río Tambo VRAEM registra exportaciones por US\$648,168 en el 2020 y exportaciones por US\$219,856 en el 2021.

-Cooperativa Ecológica Cacaotera Valle Rio Ene (COOPAVRE) registra exportaciones por US \$ 99,520 en el 2017, exportaciones por US\$ 354,632 en el 2018, exportaciones por US\$ 182,433 en el 2019, exportaciones por US\$ 181,057 en el 2020 y exportaciones por US\$ 121,799 en el 2021.

-Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa Lt registra exportaciones por US\$ 3,603,298 en el 2017, exportaciones por US\$ 4,128,696 en el 2018, exportaciones por US\$ 4,003,202 en el 2019, exportaciones por US\$ 3,983,092 en el 2020 y exportaciones por US\$ 490,489 en el 2021.

Cabe resaltar que estas asociaciones exportan el cacao principalmente bajo la partida arancelaria: *180100 CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO*

Con respecto a la competitividad, el Perú se ha encontrado mayormente en los puestos más bajos con respecto a otros países del mundo, siendo así que, durante el 2015 su posición fue 65 con un índice de competitividad de 60,54 de 141 países analizados, siendo el 2017 un año en el que alcanzo el puesto 72 con un índice de competitividad de 60,29 (Datos macro, 2019)

Según el Instituto Peruano de Economía (2021) las brechas económicas entre el Perú y el resto del mundo son bastante amplias no solo a nivel macro, sino que también a nivel regional este desempeño de competitividad no ha sido el mejor, siendo así que en 2020 el Perú se ubicó en el puesto 52 de 64 economías en el ámbito global, siendo el 2021 el peor año, ya que se ubicó en el puesto 58. Asimismo, durante la primera edición del índice de Competitividad Regional, han confirmado el liderazgo de Lima Metropolitana y Callao como la región más competitiva del país, a pesar del golpe producido por la pandemia del COVID 19, seguidos también de las regiones de la costa sur como son Moquegua, Tacna, Arequipa e Ica. En adición, es importante destacar la implementación de políticas orientadas a la mejora de la competitividad, aun mas debido a los estragos producidos por

la pandemia, esto debido a que en zonas del país que cuentan con mayores niveles de conectividad digital, han podido adaptarse mejor a la educación a distancia; así como los que cuentan con una mejor infraestructura obtuvieron mayores niveles de vacunados.

Según Salvador del Solar, resaltó la importancia del Plan Nacional de Competitividad y Productividad, afirmando así que gracias a la implementación de este el Perú podrá determinar su crecimiento sin depender de los factores internacionales; además que resalto en términos capacidad de innovación, calidad de instituciones y adquisición de nuevas tecnológicas, el Perú alcanza el puesto 88, 90 y 94 respectivamente según datos del Foro Económico Mundial (Gob.pe, 2019).

De acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas (2019) el Plan Nacional de Competitividad y Productividad presenta 84 medias concretas para el corto, mediano y largo plazo con el fin de incrementar sostenidamente el bienestar de los peruanos, así como también plantea nueve objetivos prioritarios que están asociados con el desarrollo del capital físico, humano y eficiencia de mercados e instituciones, los cuales serán detallados brevemente:

- Capital Físico: Enfocado en presentar una infraestructura económica y social de calidad, así como también el de impulsar el financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas.

- Capital Humano: Concentrado en fortalecer los sistemas de educación y salud, así como lograr un mercado laboral más dinámico y eficiente.

- Eficiencia de mercados e instituciones: Permitirá fortalecer y facilitar las condiciones para un mayor desarrollo de la innovación y tecnología, con el fin de generar un ambiente de negocios más productivos.

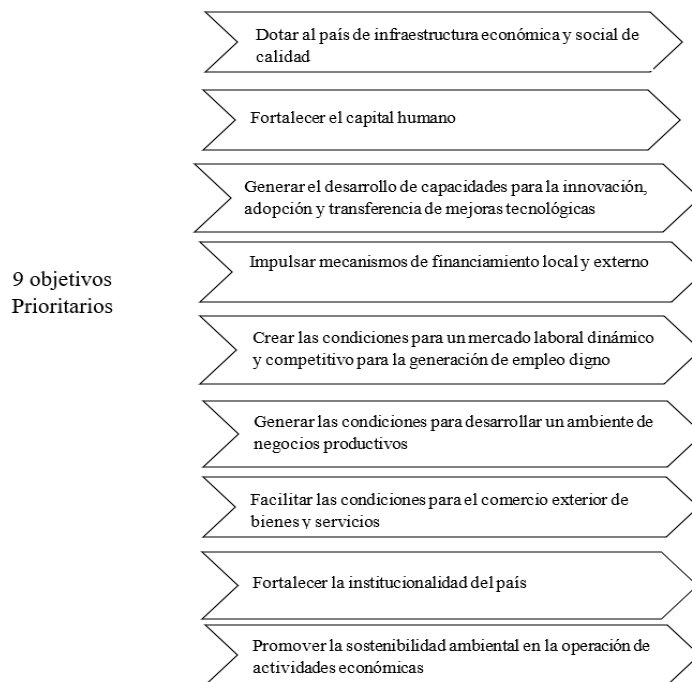


Figura 4. Los 9 Objetivos prioritarios de la Política Nacional. Adaptado de “Política Nacional de Competitividad y Productividad”, por Consejo Nacional de Competitividad y Formalización.

Según MIDAGRI (2020), la competitividad del cacao peruano, el 60% de la biodiversidad de cacao (material genético) se encuentra en nuestro país, lo cual ha generado que este producto aumente su participación y presencia en distintos mercados, especialmente el europeo. Dentro del sector de la agroindustria ocupa el segundo lugar como uno de los productos más exportados, seguidos del café. Asimismo, es importante resaltar que durante el periodo del 2019 el mercado europeo estableció restricciones, al imponer un límite máximo del cadmio, el cual afectó en gran medida la producción y disminuyendo las exportaciones a dicho destino en el año 2019. Sin embargo, luego de varios estudios realizados por el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) se ha descubierto que, en las regiones de Amazonas, San Martín, Huánuco, Selva central y Cusco, el porcentaje de cadmio en las áreas cacaoteras es bajo, lo cual significa un gran avance frente a las restricciones impuestas por el mercado europeo. En adición, se logró demostrar también en una parcela piloto en Piura (área que presenta un alto contenido de

cadmio en su suelo) que con 7 kilogramos de biocarbón en plantaciones de cacao en combinación con fertilizantes, ayudaron a reducir el cadmio en los granos. (Gestión, 2022)

Lo anteriormente mencionado, es relevante para nuestra investigación debido a que proporciona un mayor alcance en cuanto a la competitividad del cacao en nuestro país y en los mercados internacionales. Asimismo, es importante resaltar que si bien este producto (cacao) ha presentado ciertas restricciones durante los últimos años, lo que también generó una disminución de las exportaciones; se han podido disminuir gracias a los estudios realizados, con el fin de no solo solucionar un gran problema como es el alto índice del cadmio (el cual es dañino para la salud) sino que además permitió que este impacto en la participación en los mercados extranjeros pueda ser disminuida y controlada.

Para la presente investigación, se tomará el periodo de 2015-2020, debido a que representa los mayores volúmenes de exportaciones del producto cacao, además, las asociaciones y cooperativas cacaoteras exportadoras tienen una tendencia de creación a partir en los años 2014-2015, por lo que se considera pertinente analizar las exportaciones del sector en los años en que estas asociaciones iniciaron sus actividades comerciales en la región de Junín. Asimismo, se toma el periodo hasta 2020 porque es el año donde inició la pandemia mundial y toda la actividad comercial internacional fue detenida. Para entender el impacto al sector cacaotero debido al COVID 19 es necesario comprender cómo se comportaba el mercado posterior a este fenómeno. Por otro lado, también se consideró para el trabajo el impacto que generó el fenómeno del niño para el sector agroindustrial en el año 2017, lo cual conllevó a que las exportaciones tengan un decrecimiento respecto al año posterior. Para el caso del cacao, este fenómeno no fue indiferente, debido a que representó un decrecimiento de aproximadamente 19.52%, por lo que ese año está considerado dentro del periodo a analizar porque es importante comprender el impacto que tuvo en las asociaciones, ya sea en términos de costos y/o volúmenes de exportaciones y producción.

Según lo antes citado, la presente investigación tiene como fin el conocer el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020.

2.2 Formulación del Problema

Según Álvarez (2020), el problema debe estar redactado en forma de pregunta. El planteamiento debe permitir que sea investigado empíricamente, es decir, que llegue a ser observable en el entorno cotidiano. En otras palabras, puede ser medido, ya sea una variable observable (egresos al año, toneladas de exportación, franquicias en Europa) o una variable no observable (intención de expandirse en mercados extranjeros, nivel de fidelidad con la marca).

Bernal (2010) concluyó en que plantear un problema de investigación conlleva a dos cosas: expresar un problema y formar un problema. En definitiva, plantear un problema es presentar un panorama general de la situación que se estudia. El punto es afirmar y estructurar la idea de investigación de una manera más formal, es decir, escribirla y expresarla de manera clara, concisa y accesible.

El planteamiento del problema es la primera etapa de la investigación científica, a partir de la cual se realiza la descripción fáctica e histórica del asunto. El planteamiento constituye la justificación del estudio y delimita el problema a lo largo de la investigación (Peña, 2012).

Las exportaciones se han visto afectadas a nivel mundial a partir del año 2020 debido a la pandemia mundial que trajo consigo un desequilibrio y obstáculos a las exportaciones e importaciones. Según la Organización Mundial del Comercio (2021), la crisis mundial sanitaria ha tenido consecuencias críticas en el ámbito económico y ha generado trabas comerciales mundiales, asimismo, ha afectado a la sociedad en muchos aspectos. Por esta

razón, tanto los gobiernos como empresas grandes han empezado a incentivar la asociatividad en los procesos productivos.

Debido a esto, el desarrollo regional requiere una asociación entre gobierno, sector productivo y la comunidad, de esta manera se generan prácticas y capacitaciones para los trabajadores con el fin de asentarlos en nuevos emprendimientos, los cuales constituyen la base del desarrollo económico regional (Busson, 2012).

También se resalta el trabajo de COFIDE a nivel nacional. Según informe de Apoyo y Asociados (2016), COFIDE es una institución bancaria de desarrollo dedicada a la captación de recursos financieros de instituciones multilaterales, bancos nacionales y extranjeros, mercados de capitales nacionales e internacionales; luego transferirlos, a través de intermediarios financieros, a personas naturales y jurídicas para promover y financiar inversiones eficientes e infraestructura para el país y para empresas a nivel nacional. COFIDE realizó una subasta el martes 1 de junio de 2021, asignando US\$10,89 millones de garantías únicas del Fondo de Apoyo a las Empresas del Sector Agropecuario (FAE Agro), con una tasa de cobertura del 95% y del 98% para préstamos a familias campesinas (Andina.pe, 2021).

Por ello, con el fin de facilitar el acceso al crédito a los pequeños y medianos productores que se dedican a la producción ganadera familiar, el Programa de Compensación a la Competitividad Agropecuaria del Ministerio de Desarrollo Agropecuario y Riego, ha suscrito un convenio de cooperación interinstitucional con Cofide, Banco de Desarrollo del Perú. El programa Agroideas opera mediante el cofinanciamiento de hasta el 80% para implementar y desarrollar planes de negocios habilitados con tecnología, en beneficio de los pequeños y medianos productores agrícolas familiares. Este acuerdo logrará que las organizaciones agrícolas que han firmado el acuerdo puedan acceder a opciones de financiamiento para igualar una parte de sus

contribuciones de contrapartida (Andina.pe, 2021). De acuerdo con el Sr. Eduardo Escobal Mc Evoy, director Comercial de Cofide, la alianza potenciará el impacto del programa de cadena de valor que han implementado, para brindar apoyo financiero y técnico a las empresas Pymes, fabricantes, coinciden con el ancla de la empresa para que puedan acceder a los mercados internos y externos con mayor competitividad y rentabilidad, lo que les permitirá desarrollarse, crecer y ser sostenibles en el tiempo.

Respecto a la presente investigación, se busca el efecto que ha causado la asociatividad en la competitividad de las exportaciones de cacao de la región Junín, y cómo esto favorece en gran medida la mejora de la productividad de la región mediante comercio internacional, que facilitan el proceso de internacionalización y por consiguiente del sector agrícola, así como las consecuencias en la internacionalización del producto en mercados.

2.2.1 Problema principal.

¿Cuál es el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el período 2015-2020?

2.2.2 Problemas secundarios.

-Problema secundario 1: ¿Cuál fue el efecto en la participación de mercado de las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020?

-Problema secundario 2: ¿La promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto en las exportaciones de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020?

-Problema secundario 3: ¿Cuál fue el efecto de los recursos y habilidades generados por la asociatividad en la internacionalización de la oferta exportable de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020?

2.3 Objetivos

Los objetivos deben ser establecidos con el fin de enfocar claramente el porqué de la investigación, que se busca resolver y en especial contribuir a resolver un problema en específico. En adición, para que los objetivos en una investigación estén correctamente planteados, estos deben estar expresados con claridad, ser específicos, medibles, apropiados y realistas (Hernández, 2014)

2.3.1 Objetivo general.

Determinar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020.

2.3.2 Objetivos específicos.

-Determinar el efecto en la participación de mercado de las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020.

-Determinar si la promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto en las exportaciones de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020.

-Determinar el efecto de los recursos y habilidades generados por la asociatividad en la internacionalización de la oferta exportable de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020.

2.4. Hipótesis

De acuerdo a Hernández (2014), las hipótesis son las guías de una investigación o estudio. Las hipótesis señalan lo que intentamos demostrar y se definen como posibles respuestas del fenómeno planteado en la Tesis. La hipótesis permite limitar la investigación exclusivamente a aspectos específicos y evita que el investigador se pierda en sus diversas dudas e inquietudes a lo largo de la investigación y se centre únicamente en la investigación que se está diseñando (Álvarez 2020).

2.4.1 Hipótesis general.

La competitividad tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020.

2.4.2 Hipótesis específicas.

-Las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020 tuvieron un efecto positivo en la participación de mercado.

-La promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao en la región de Junín en el periodo 2015-2020.

-Los recursos y habilidades generados por la asociatividad tuvieron un efecto positivo en la internacionalización de la oferta exportable de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020.

2.5 Justificación o Relevancia de la Investigación

La investigación analiza la asociatividad y competitividad como factores determinantes en las exportaciones de la región Junín sobre el aumento de su productividad en el periodo 2015-2020. La iniciativa principal de este estudio es que toda persona productora de cacao y entes involucrados en el crecimiento de dicho sector, puedan utilizar esta información con el fin de entender la importancia de continuar usando la asociatividad como uno de los medios principales para el crecimiento del sector y sectores agrícolas en la región de Junín.

Asimismo, en base al problema de investigación y factores mencionados anteriormente, se desea poder ayudar a nuevos y actuales agricultores, a partir de esta investigación, a continuar generando un sistema más sólido de cooperación, con el fin de poder seguir aumentado la productividad y poder llegar así a más destinos internacionales con productos que atiendan los estándares requeridos.

En adición, para que una investigación pueda tener relevancia y pueda ser de interés, esta debe de apoyarse en diversos documentos que avalen su importancia. Es por ello, y en

base a diversas tesis, documentos y noticias sobre la asociatividad como medio para poder generar un crecimiento de las exportaciones y competencia a nivel internacional, es que ampliaremos más a detalle cómo esta cooperación entre empresas, gobierno y agricultores ha generado, a pesar de los diversos obstáculos tanto controlados como no controlados, que las exportaciones de cacao a diversos destinos se haya mantenido y aumentado su producción durante los años 2015-2020.

Según cifras publicadas por el Ministerio de Agricultura en el 2018, fueron aproximadamente 90,000 los productores dedicados al cultivo de cacao, los cuales alcanzaron una producción de 136,870 TM, junto con un rendimiento por ha de 940 kilogramos.

2.5.1 Justificación teórica.

La presente investigación tiene una justificación teórica debido principalmente a que el problema de investigación se basa en trabajos de investigación, tanto *papers* como tesis de repositorios universitarios. Estas han demostrado que existe una relación más que estrecha entre la asociatividad, competitividad y las exportaciones de productos tanto tradicionales como no tradicionales.

Según Torres (2010) en su *paper* titulado “*Asociatividad como estrategia para desarrollar las exportaciones de pisco del valle de Cañete*”, publicado en el repositorio de la Universidad San Martín de Porres, demostró que la asociatividad puede ser utilizada como herramienta estratégica para el correcto desarrollo de las exportaciones y posterior posicionamiento internacional, mediante el uso de una investigación cualitativa no experimental, busca aplicar el modelo asociativo como plan de desarrollo de las exportaciones de pisco de los pequeños productores del Valle de Cañete.

De acuerdo con las conclusiones de la investigación, el concepto de asociatividad no es conocido y es difícilmente adoptado por los agricultores y productores. Todo esto

producido a la falta de confianza, egoísmo y la idea negativa de parte de las personas sobre la competencia.

Esto demuestra que se tiene campo para investigar el tema y analizar cómo la asociatividad se relaciona con las exportaciones en nuestro país, debido a que en la actualidad el proceso de exportación es realizado por grandes empresas y los agricultores y productores se limitan al proceso de producción. Los problemas que se presentan en la producción y crecimiento de exportaciones de pisco están relacionados con la capacidad de producción y la tecnología; así como problemas en la empresa y la falta de experiencia en temas de internacionalización.

Paredes y Quispe (2020) en su investigación titulada *“Influencia de la Asociatividad Empresarial como Estrategia de Exportación de las MYPES del Sector Artesanía de la Región Ayacucho - Perú Periodo 2014 - 2018”*, bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo, buscaron analizar la asociatividad con el sector artesanía. Las conclusiones de los autores señalan que el modelo de internalización que aplican estas Pymes y asociaciones está directamente relacionado con la teoría del Modelo Uppsala y, de acuerdo con el análisis estadístico, la asociatividad guarda una relación positiva con las exportaciones del sector. Asimismo, los 3 factores que influyen en la asociatividad empresarial son: formalidad, acceso al financiamiento y capacitación a los artesanos.

Este trabajo concluye en que los factores que influyen en la asociatividad aportan positivamente al desempeño de las exportaciones del sector, genera nuevo conocimiento para temas de exportaciones y posteriormente, el proceso de internacionalización.

Esta investigación se centrará en la región Junín en el periodo 2015-2020; sin embargo, los resultados obtenidos podrán ser usados tanto por empresas del sector, como por empresas ajenas al sector agropecuario, porque el modelo de investigación no varía en los resultados.

Según Narváez, Fernández, Gutiérrez, Revilla y Pérez (2009) en su *paper* titulado “*Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná*”, se identificaron componentes para la construcción de un Modelo de Asociatividad Empresarial orientado principalmente a fortalecer las pymes locales. El estudio fue de naturaleza descriptiva, así como de metodología cualitativa. De acuerdo con las conclusiones de la investigación, para lograr una asociación hace falta más que sólo la disposición de las empresas, pues el proceso señala que es necesario tener capacidades para trabajar bajo el modelo asociativo, diseñar redes y convenios.

Este *paper* sirve como justificación porque resalta las razones principales de por qué una empresa o conjunto de trabajadores deberían iniciar un proceso de asociatividad, entre las principales obtenidas del *paper* se resaltan: enfrentar los nuevos mercados internacionales, aumentar la competitividad, innovar en gestiones empresariales y fortalecer los sectores relacionado a la producción.

2.5.2 Justificación práctica.

La presente investigación tiene justificación práctica debido a que, a nivel nacional y general, las exportaciones han tenido un crecimiento constante durante años. En Latinoamérica, Perú es el líder en cuanto a crecimiento de exportaciones no tradicionales con una tasa promedio anual de 7,3%, por la gran cantidad de embarques de productos agropecuarios (principalmente frutas), textiles, químicos y pesqueros (Banco Central de Reserva del Perú, 2021). Las exportaciones mensuales no tradicionales llegaron a US\$1.486 millones en enero de este año, un incremento interanual de 16,4%, observándose mayores embarques de uvas frescas (8,1%), arándanos (101,0%) y productos de zinc (117,9%), entre otros (Banco Central de Reserva del Perú, 2021). Este sector necesita un análisis a profundidad a raíz de estas cifras, debido a que, a nivel regional, nuestro país está

consolidado como uno de los más importantes, lo que conlleva a ser atractiva para nuevas empresas en el extranjero.

Además, las exportaciones de cacao tienen un crecimiento semestral. Durante los primeros 6 meses del año 2021, la presencia del cacao en grano peruano en mercados internacionales representó 21,281 Tm por US\$ 57 millones en valor FOB. En comparación con el año anterior, los envíos de granos aumentaron 21% en volumen y 18% en valor monetario. A pesar de la mayor oferta, los precios del cacao se mantuvieron estables en torno a los US\$ 2,69 el kg, similar a los obtenidos en 2021. Los principales mercados objetivos del cacao en 2021 son Holanda, con el 23,50%, Indonesia, con el 19,30% y Bélgica, con el 9,10%. % (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021). La distribución de cada país por volumen y valor fue la siguiente:

- Países Bajos con 5,002 toneladas de cacao por US\$ 14 millones
- Indonesia con 4,113 toneladas por US\$ 10 millones
- Bélgica con 1,934 toneladas por US\$ 5 millones

Esta tesis se desarrolla con el objetivo de contribuir de manera práctica con el sector en estudio: agropecuario. Debido a que, al analizar la relación de asociatividad y competitividad con el desempeño de las exportaciones de cacao en la región Junín durante el periodo 2015-2020, será posible la utilización de hallazgos, conclusiones y recomendaciones tanto para empresas del sector como para el mismo Estado en la realización de estrategias de internacionalización prácticas para los agricultores y productores no solamente del producto en investigación, sino también para el sector en general.

Según la Organización Mundial del Comercio (2016), participar en el comercio es clave para lograr que las pequeñas y medianas empresas sean más eficientes y crezcan paulatinamente en el tiempo. Debido a la drástica reducción y/o destrucción de las barreras

comerciales, la optimización de redes de transporte, las nuevas TIC's y el surgimiento de cadenas de valor globales, las Pymes ahora pueden tener participación significativa en el comercio mundial. En otras palabras, la participación en el comercio internacional, antes monopolística, tiene una tendencia menos exclusiva para los actores.

Los profundos efectos de la globalización son complejos y cargados de política. Así como sucede con el rápido avance de la tecnología, la globalización significa un beneficio a nivel mundial a grandes rasgos, pero significa un perjuicio para grupos en específico (*Peterson Institute For International Economics*, 2018).

De acuerdo a Torres, Melo y Fonseca (2017) en su *paper* extraído de *Scopus* titulado “*The Associativity: A local development strategy for Ocamonte (APCO) coffee growers in Santander, Colombia*”, los autores estudian el desempeño de pequeños caficultores de Ocamonte (APCO) en el departamento de Santander. La asociatividad territorial dentro del marco de negocios y desarrollo por región se ha convertido en un factor clave, gracias a las zonas organizadas y sus compañías, se ha logrado un desarrollo con mayor flexibilidad dentro del mundo globalizado y aprovechan las oportunidades que se presenten gracias al modelo. Según las conclusiones del *paper*, APCO se ha desarrollado como una asociación rural exitosa, que ha servido como ejemplo y motivador para otros sectores productivos para organizarse en asociaciones, demostrando que ser una parte activa de sus problemas puede contribuir a crear soluciones y no limitarse a estar a la espera de un apoyo externo.

Bada, Rivas y Littlewood (2017) en su *paper* titulado “*Model of associativity in the production chain in Agroindustrial SMEs*”, publicado en el repositorio académico de la Universidad Nacional Autónoma de México e indexado a la plataforma de *ScienceDirect*, propusieron un modelo de asociatividad en la cadena de producción de las MIPYMES asociadas a la agroindustria de cítricos en el norte del estado de Veracruz, México, para encontrar y analizar los factores determinantes relacionados a la asociatividad en la cadena

de producción. En los estudios previos utilizados como antecedentes para este *paper*, se determinó que los factores determinantes de la asociatividad eran: asociaciones positivas entre los agentes directos, contexto, apoyo servicios, relaciones entre productores y políticas gubernamentales. Sin embargo, en las conclusiones del caso de las MIPYMES en México, sólo el trabajo de los propios agentes, los servicios de apoyo, y las políticas gubernamentales tienen influencia en la asociatividad. El entorno y las relaciones indicadas asociaciones bajas.

Por otro lado, Cervilla de Olivieri (2007) en su investigación titulada “*Strategies for business development: Associativeness in the venezuelan plastics sector*”, publicada Revista de Ciencias Sociales e indexado a la plataforma *Scopus*, investigó los beneficios que un grupo de empresas del sector plástico en Venezuela obtuvieron de su participación en una red e identificar los desafíos para su consolidación. Según los hallazgos del autor, estas muestran que el camino para desarrollar una red empresarial pasa por la definición e inicio de una estrategia empresarial implementada en acciones que sigan a cumplir objetivos de mejora para ser más productivos y competitivos.

La tasa de influencia en la competitividad ha aumentado significativamente en las últimas décadas. Mientras que entre 2000 y 2005 explica menos del 10% de la variación de las exportaciones, en 2010-2015 corresponde al 75% (Giordano, 2018).

En conclusión, según los *papers* citados anteriormente, se puede afirmar que el tema de asociatividad, competitividad y exportaciones van de la mano con la internacionalización de las empresas. De acuerdo con los casos de investigación en ámbitos externos al Perú, se concluye que la asociatividad mejora los procesos productivos y aumenta la competitividad de las empresas asociadas, así como su visión internacional en otros mercados.

2.5.3 Justificación metodológica.

La investigación presenta una justificación metodológica, debido a que es necesario justificar las razones que motivan el estudio. Asimismo, es necesario explicar por qué es necesario o conveniente de llevar a cabo la investigación y cuáles son los beneficios derivados de ellos (Hernández, 2014).

Según Paredes y Quispe (2020) en su trabajo de investigación siguieron una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) de tipo no experimental, con un alcance descriptivo y correlacional, debido a que se consideró que era el mejor método para darle respuesta a las hipótesis planteadas. En adición, se considera que el método mixto permite obtener una perspectiva más amplia del fenómeno de estudio; además que esto incrementa la confianza de una representación fidedigna.

Según Ochoa e Infante (2021), se desarrolló una investigación con un enfoque mixto, debido a que, a través del enfoque cuantitativo se puede dar una respuesta más acertada a las hipótesis planteadas, en cambio con el enfoque cualitativo se puede generar una teoría que sea consistente con lo que se ha observado.

Para Reyes y Santana (2020) el enfoque más acertado es el enfoque mixto, debido a que permite brindar respuestas más precisas, de las que se podrían dar si es solo se sigue un solo enfoque. Asimismo, esta tesis siguió un tipo de investigación correlacional debido a que se buscaba corroborar la relación entre la variable dependiente e independientes. En adición, según los autores la investigación es sistémica y empírica, lo que significa que las variables no se manipulan, sino que por el contrario se observan en su estado natural, por lo que se aplicó un diseño no experimental.

Según Beltrán y Martínez (2020) el enfoque que mejor se ajustaba a la investigación era el mixto, debido a que permitía involucrar los procesos de recolección y análisis de los

datos cuantitativos y cualitativos. Asimismo, el alcance fue descriptivo y correlacional, basado en un diseño no experimental.

Las tesis previamente citadas, permitieron entender la importancia y relevancia del enfoque mixto para dar respuesta a varias de las interrogantes planteadas en este trabajo de investigación. Asimismo, es importante resaltar, respecto al diseño seguido en este trabajo de investigación (no experimental), los autores previamente mencionados también emplearon este método, porque permite analizar correctamente la relación entre las variables independientes y dependiente.

Capítulo III. Metodología de Trabajo

En el presente apartado se mencionan las herramientas que se usaron para el correcto y ordenado desarrollo de la investigación. Entre los puntos a tratar se tiene: enfoque de investigación, el proceso del muestreo, mapeo de actores claves, instrumentación y las consideraciones éticas.

Para poder plantear un problema, delimitar la investigación y posteriormente plantear y validar la hipótesis, es necesario que todos estos puntos mencionados tengan relación con el diseño de investigación. Es importante para el investigador, el conocer, determinar la investigación y limitar el tiempo en la realización de la investigación para facilitar el procedimiento (Hernández, 2014).

3.1 Enfoque de Investigación y Desarrollo

Para poder enfocar la investigación adecuadamente, es necesario establecer y comprender las distintas rutas a seguir; es por ello, que los enfoques principales son la cuantitativa, cualitativa y mixta.

El enfoque cualitativo se basa en examinar hechos y revisar estudios previos con el fin de teorizar lo observado. En cambio, el enfoque cuantitativo es más específico para cuando se desea comenzar con una teoría y confirmar si esta puede sustentar con fundamentos las hipótesis planteadas en el proyecto; es por ello, que el resultado de estos dos enfoques nos brinda una ruta mixta, permitiendo analizar y teorizar de manera conjunta el problema de investigación.

Para esta investigación se utilizará el enfoque mixto por las siguientes razones:

Se usará el enfoque cualitativo debido a los distintos factores a analizar como lo son la asociatividad, exportaciones, competitividad. Otra razón para la elección de este enfoque es que se busca investigar la asociatividad como herramienta y posteriormente estrategia de desarrollo de las exportaciones de cacao en Junín. Se busca demostrar cómo la unión de

productores cacaoteros hace que la producción del producto mejore, obteniendo mejores técnicas y métodos adecuados para desenvolverse en mercados internacionales.

Se usará el enfoque cuantitativo debido a que las variables “asociatividad” y “exportaciones de cacao” deben ser medidas numéricamente, además de que las hipótesis deben ser respondidas con datos cuantificables. El enfoque cuantitativo ayudará a profundizar mediante puntuaciones numéricas.

Además, de acuerdo con los *papers* y tesis encontradas y planteadas en los antecedentes de la presente investigación, el enfoque que prevalece para este tipo de investigación (asociatividad, competitividad e internacionalización de empresas) es el mixto, por ofrecer un panorama más amplio y un análisis más riguroso debido a que no es un tema sumamente estudiado e investigado. De este modo, se presenta un análisis del enfoque de cada antecedente presentado en el Capítulo I:

Tabla 13

Enfoque de antecedentes de la investigación

Título	Enfoque
La asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la cooperativa Boza del distrito de Aucallama en Huaral, periodo 2018”	Mixto
Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur	Mixto
La Asociatividad de Productores Rurales una Herramienta para la Oferta Exportable de Quinua – Cabana 2014	Mixto
Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 - 2020	Mixto
Análisis de las Capacidades Dinámicas en la Internacionalización de Asociaciones y Cooperativas Agrarias en la región de Cusco, año 2019	Mixto
Efectos de la asociatividad en las exportaciones de café orgánico de la selva central del Perú en el periodo 2016-2018	Mixto
Factores que influyeron en las exportaciones de uva fresca de las Pymes en la Región Ica: Periodo 2013-2017	Cuantitativo

Asociatividad para la exportación directa de tapices de la ciudad de Ayacucho	Cuantitativo
Asociatividad para mejora de la competitividad de pequeños productores agrícolas	Cuantitativo
Asociatividad de productores rurales de café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza para la exportación-2018	Mixto
Estrategia de asociatividad para la comercialización de cacao en los distritos de Lamas y Chazuta de la región de San Martín	Mixto
Propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y competitividad de los productores de pimienta piquillo en el distrito de Motupe región de Lambayeque	Mixto
La Asociatividad Empresarial como modelo de gestión para aumentar la competitividad de las Medianas Empresas Formales de Engordadores de Ganado Bovino en el Distrito de Lurín	Cualitativo
Asociatividad empresarial como estrategia de exportación para las Pymes del sector calzado en la provincia de Trujillo - La Libertad, Perú a través de: desarrollo de gestión organizacional, innovación de mercadotecnia y capacidad económica-financiera durante el periodo 2014-2018	Mixto
Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018	Mixto
La asociatividad como modelo de desarrollo económico en Bogotá: Una mirada desde las políticas públicas en el sector	Cualitativo
Consolidación de la oferta exportable a través de la estrategia de asociatividad de los pequeños productores de uvilla del cantón Ibarra, diseño de la cadena logística de acopio y la exportación al mercado suizo	Mixto
Propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua	Mixto
Emprendimientos Asociativos Rurales en el Marco de la Economía Social	Mixto
La asociatividad: una estrategia de desarrollo local para los caficultores de Ocamonte (APCO) en Santander, Colombia	Mixto
Factores determinantes para la exportación de las empresas cooperativas oleícolas andaluzas	Cuantitativo
<i>Development of organic farmers' cooperatives: The USA, The EU, and Ukraine</i>	Mixto

Representaciones sociales de la asociatividad para productores hortícolas en Colombia	Cualitativo
Asociatividad como estrategia de productividad y competitividad del sector agrícola	Cualitativo
<i>The impact of cooperatives on agricultural technology adoption: Empirical evidence from Ethiopia</i>	Cuantitativo
La Asociatividad como una estrategia organizacional. “Caso Sector Ferretero Ibagué - Colombia	Mixto
<i>Analysis Impact of The Associativity on The Competitiveness of Fishing Commercial Companies</i>	Mixto
Asociatividad, liderazgo inclusivo y desarrollo económico local. El grupo de artesanos independientes de Mompox	Cualitativo
Diseño de esquema de asociatividad para la cadena de suministro del clúster lácteo en el departamento del Atlántico de Colombia	Cuantitativo
Estudio de la asociatividad textil en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura	Mixto

Nota: Se ha realizado una lista con los antecedentes del trabajo de investigación con su respectivo enfoque metodológico.

Se tiene un total de 30 antecedentes, los cuales siguen un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. El enfoque que predomina es el mixto, con un total de 19 investigaciones, esto representa aproximadamente el 63%.

3.1.1 Diseño metodológico.

El diseño metodológico es parte indispensable en esta investigación, debido a que es necesario centrarse en la estrategia que permita la obtención de datos, y de esta manera, utilizarlos en etapas posteriores de la investigación. El término diseño se refiere a un plan o estrategia diseñada para obtener la información deseada en respuesta al enunciado del problema (Hernández, 2014). Por otro lado, Vara (2010) señala que el diseño metodológico plantea un conjunto de actividades continuas y organizadas, las cuales deben transformarse y adaptarse a las particularidades exclusivas de cada investigación y que indican los pasos, pruebas y técnicas a utilizar para recolectar y analizar los datos.

En adición, al momento de la elección y desarrollo del diseño de la investigación, es de suma importancia que se aplique tal y como fue planeado desde el inicio, con el fin de seguir una correlación de hechos que pueda proveer al lector una idea clara de las interrogantes y los resultados obtenidos. Asimismo, este diseño metodológico tiene que ir acompañado de una correlación basada en el enfoque que la investigación va a seguir, en este caso mixta, la cual emplea elementos, tanto de los enfoques cuantitativos, como de los cualitativos, porque permitirá brindar una información más clara y precisa de lo que se desea lograr y analizar.

Por otro lado, dentro del enfoque cualitativo existen diversos diseños genéricos como la teoría fundamentada, diseños etnográficos, narrativos, fenomenológicos y de investigación - acción; los cuales serán explicados a detalle con el fin de tener una idea o criterio más enfocado en el que se basará esta investigación.

Tabla 14

Tipos de diseños cualitativos

		Diseños Cualitativos				
		Teoría fundamentada	Etnográfico	Narrativo	Fenomenológico	Investigación-acción
Información que proporciona	Explica el proceso o fenómeno y sus vínculos.	Descripción y explicación de los elementos y categorías que integran al sistema social.	Historias sobre procesos, hechos, eventos y experiencias ensambladas en una narrativa general.	Categorías que se presentan frecuentemente en las experiencias.	Diagnóstico de problemáticas sociales, políticas, laborales, económicas, entre otros.	
Características	Cuando no dispones de teorías o son inadecuadas para el contexto, tiempo, casos, entre otros.	Cuando se pretende describir, entender y explicar un sistema social.	Las historias detalladas ayudan a comprender el problema.	Cuando se busca entender las experiencias de las personas sobre un fenómeno.	Cuando la problemática de una comunidad necesita resolverse y se pretende lograr un cambio.	
Instrumento de recolección de datos	Entrevistas y grupos de enfoque.	Observación, notas de campo, entrevistas y artefactos.	Entrevistas y documentos.	Observación, entrevistas y grupos de enfoque.	Entrevistas, reuniones grupales y cuestionarios.	

Nota: Se realizó una tabla resumen mostrando los diseños cualitativos por optar. Adaptado de “Metodología de Investigación”, por Hernández, 2014.

De acuerdo a lo mostrado en el apartado anterior, para esta investigación se aplicará la teoría fundamentada, esta nos permitirá plantear hipótesis, variables y conceptos los cuales serán determinantes para poder dar respuesta a la interrogante planteada en el problema; además sustenta que para la recolección de datos es necesario que estos sean obtenidos en el campo lo cual proveerá una información más certera desde el punto de vista de compañías e integrantes que lo conforman. En adición el diseño sistemático, presente dentro de esta teoría, está basado en el procedimiento de Corbin y Strauss (2007 como se citó en Hernández, Fernández, 2014) la cual sigue un proceso de codificación selectiva, codificación axial, recolección de datos, codificación abierta, y visualización de la teoría.

En complemento, se emplearán los diseños fenomenológicos y de investigación-acción, siendo el primero estos el que nos brindara una información más detallada de las perspectivas de los participantes, así como también la esencia de la experiencia compartida. En adición, el diseño de investigación-acción nos proporcionará una mejor comprensión para poder resolver los problemas centrándose en la colectividad anexada a un mismo entorno, conjunto, organización, entre otros; y también brindar información que ayude a la toma de decisiones para realización de proyectos, desarrollo e implementación de procesos y reformas estructurales (Hernández, 2014).

Asimismo, el enfoque cuantitativo nos permitirá analizar con más certeza las hipótesis planteadas para este trabajo de investigación y poder desarrollar indagaciones que nos permitan llegar a una conclusión más específica y así poder dar respuesta al problema. Dentro de este enfoque existen dos tipo de investigación; experimental, la cual se basa en tener dos variables con causa y efecto manipulables por el mismo investigador, con el fin de determinar un resultado que pueda ser más acorde lo que se esté planteando; y está también el no experimental, el cual se basa en explorar los efectos de las variables pero sin ningún tipo de intervención, sino simplemente observar el resultado de la relación de

ambas variables y los cambios a lo largo del tiempo dentro de una comunidad, evento, proceso, entre otros. De lo anteriormente mencionado, podemos destacar que por medio del diseño no experimental se puede investigar una situación de manera transaccional; es decir que se recolectaran datos de un solo momento; o investigar de manera longitudinal, que se pueden recolectar datos de diferentes momentos o periodos.

Finalmente, para este proyecto se utilizará el enfoque mixto no experimental, basado en una investigación transeccional o transversal; debido a que nos permitirá analizar la variable dependiente: desempeño de las exportaciones de cacao; y las variables independientes: la asociatividad y la competitividad, dentro de un periodo de tiempo (2015-2020); con el fin de determinar cuál fue el efecto obtenido y en qué medida esto fue beneficioso o no para todos los involucrados.

3.1.2 Limitaciones y parámetros.

De acuerdo a Hernández (2014), las limitaciones en relación con el planteamiento del problema y con lo realizado, no abarcan el tamaño de la muestra debido a que no significa una restricción en un enfoque cualitativo.

En este trabajo de investigación en específico, la limitación más resaltante es el contexto de la crisis sanitaria que aún se vive a causa del COVID-19. A causa de este problema, el contacto con las asociaciones y/o cooperativas para temas de entrevistas a profundidad, deben ser limitadas a entrevistas virtuales donde se debe tener preparado todo el esquema de la entrevista para lograr obtener la mayor información posible en ese tiempo.

De la misma manera, una limitación adicional es la disponibilidad de las asociaciones y/o cooperativas para realizarles un análisis con el fin de obtener información importante para la presente investigación. Esta disponibilidad está sujeta a los tiempos de sus miembros y a la voluntad de brindar un aporte para la investigación.

Por otro lado, el acceso a libros y *papers* en específico que ayudan al desarrollo de la base teórica está limitado debido a que se necesita pagar para acceder a esa información, y en algunos casos no se cuenta con la capacidad económica para desembolsar dinero cada vez que un recurso académico es necesario.

3.3 Población y Muestra

Para la determinar la población se creó una tabla de inclusión de exclusión para iniciar la delimitación:

Tabla 15

Criterios de inclusión y exclusión

	Inclusión	Exclusión
	Asociaciones o cooperativas	Empresas consolidadas
	Exportadoras continuas	No exportadoras continuas
	Sector agroindustrial	Otros sectores
Criterios	Región Junín	Otras regiones del Perú
	Exportadoras de cacao	Exportadoras de otros productos
	Expertos en agroindustrial	Expertos en otros sectores
	Expertos en cacao	Expertos en otros productos

Nota: Se ha realizado la delimitación de la población mediante criterios de inclusión y exclusión

Se ha planteado la ejecución de tres fases para delimitar la población que se estudiará a lo largo de la presente tesis, para luego tomarlo como muestra de investigación.

-Paso 1: se investigará cualquier empresa exportadora de cacao en el Perú mediante la herramienta de SUNAT en el apartado de “Operatividad Aduanera”, para poder tener una visión general de la actividad exportadora de todas las empresas en el sector.

-Paso 2: se enfocará a las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en el periodo 2015-2020, teniendo en cuenta los datos tanto de SENASA como de SUNAT.

-Paso 3: debido a que el enfoque de esta investigación gira en torno a la región Junín, se delimitará la muestra en las asociaciones y cooperativas dedicadas la exportación de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020 mediante la utilización de herramientas tales como Veritrade, BCR y SUNAT (Operatividad Aduanera).

Tabla 16

Tamaño de muestra

Descripción	Total
Empresas exportadoras de cacao a nivel nacional	521
Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao	53
Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en la región Junín	15

Nota: Se ha realizado la delimitación del tamaño de muestra. Adaptado de “Operatividad Aduanera”, por SUNAT, 2022.

De acuerdo con los datos obtenidos de la web de Veritrade, el número de empresas exportadoras de cacao, en sus diferentes partidas arancelarias, son 521 para el periodo 2015-2020. De ese número se desprende un total de 53 empresas entre asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en el periodo 2015-2020, lo cual representa un 10.17% del total de empresas exportadoras. Finalmente se tiene un total de 15 asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín para el periodo 2015-2020, lo cual representa un 28% del total de asociaciones exportadoras de cacao. Este porcentaje es considerado alto, considerando que existen aproximadamente 10 regiones que presentan asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en el periodo en estudio.

Tabla 17*Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín*

N°	ASOCIACIONES Y/O COOPERATIVAS EXPORTADORAS DE CACAO DE LA REGIÓN JUNÍN	N° RUC
1	COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CACAO ALTO HUALLAGA	20528976612
2	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGO LT	20135240681
3	COOPERATIVA AGRARIA ECOLOGICA CACAOTERA VALLE RIO ENE - COOPAVRE	20487242994
4	COOPERATIVA AGRARIA INTERCULTURAL CAFE Y CACAO DE RIO TAMBO - VRAEM	20600329848
5	COOPERATIVA AGRARIA INNOVACION CACAO Y CAFE DEL VRAEM	20601919657
6	COOPERATIVA AGROPECUARIA DE SERVICIOS VALLE DEL CUNAS LIMITADA (CAS VALLE DEL CUNAS LTDA)	20486049198
7	COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL SONOMORO LTDA	20486668335
8	COOPERATIVA DE PRODUCCION ESPECIAL DE LA SELVA CENTRAL DEL PERU - "COOPERU"	20135240681
9	ASOCIACION DE PRODUCTORES CACAO VRAE	20452774705
10	ASOCIACION DE PRODUCTORES KEMITO - ENE	20568190450
11	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROSOSTENIBLES VILLA ECOLOGICA PERU	20568194951
12	ASOCIACION CENTRAL DE PRODUCTORES ORGANICOS DEL PERU	20604557012
13	ASOCIACION NACIONAL COCOCHANA DE CAFICULTORES ECOLOGICOS	20561135330
14	COOPERATIVA CENTRAL CACAO AROMA DE TOCACHE LTDA	20572190251
15	COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA ACOPAGRO LTDA	20404057805

Nota: Se ha realizado la lista de asociaciones y/ cooperativas exportadoras de cacao en la región Junín con su respectivo RUC.

En adición, se ha realizado un breve resumen sobre las características de las asociaciones y/o cooperativas a las que se les realizaron las encuestas, con el motivo de ahondar un poco en su historia y fundación.

-COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL CACAO ALTO HUALLAGA

Fundada el 15 de agosto del 2009 bajo la denominación "Asociación de Productores Cacao Alto Huallaga". Para el año 2016 se convirtieron en Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga – APCA. En la actualidad cuenta con 360 socios, su actividad principal es la agricultura, enfocada casi en su totalidad de la producción de productos para consumo y futura comercialización.



Figura 5. Isologo de Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga.

-COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGO LT

Creada el 2 de octubre de 1977, debido a que un grupo de caficultores pertenecientes a la entonces Cooperativa Satipo analizaron la viabilidad de crear una cooperativa cafetalera en el distrito de Pangoa. Esta empresa cuida la calidad de sus productos, es por ello que todo el proceso productivo desde la selección de semilla hasta la comercialización en el extranjero.



Figura 6. Logotipo de Cooperativa Agraria Cafetalera Pango Lt

**-COOPERATIVA AGRARIA ECOLOGICA CACAOTERA VALLE RIO ENE –
COOPAVRE**

Iniciaron sus actividades el 27 de enero del 2010, bajo la actividad comercial de “cultivo de frutas”. Dedicada al acopio y comercio de cacao en grano seco, con certificación orgánica y Comercio Justo, cacao orgánico con presencia en mercados internacionales.



Figura 7. Isologo de Cooperativa Agraria Ecológica Cacaotera Valle Rio Ene – COOPAVRE.

-COOPERATIVA AGRARIA INTERCULTURAL CAFE Y CACAO DE RIO
TAMBO – VRAEM

Esta cooperativa inició sus actividades el 01 de mayo del 2015, bajo las actividades comerciales de “cultivo de frutas” y “servicios agrícolas, ganaderas”.



Figura 8. Isologo de Cooperativa Agraria Intercultural Café y Cacao de Rio Tambo – VRAEM.

-COOPERATIVA AGRARIA INNOVACION CACAO Y CAFE DEL VRAEM

Cooperativa especializada en cultivo de cereales (excepto arroz), legumbres y semillas oleaginosas. Fue creada el 28 de febrero de 2017. Ubicada en el distrito de Pangoa.



Figura 9. Isologo de Cooperativa Agraria Innovación Cacao y Café del VRAEM.

-COOPERATIVA AGROPECUARIA DE SERVICIOS VALLE DEL CUNAS
LIMITADA (CAS VALLE DEL CUNAS LTDA)

Fue fundada el 6 de febrero del 2003, es una organización donde pertenecen familias socias, teniendo como fuente de ingresos la agricultura y ganadería. Asimismo, se dedica a orientar y capacitar para mejorar la calidad de vida y principalmente la producción del sector agropecuario.

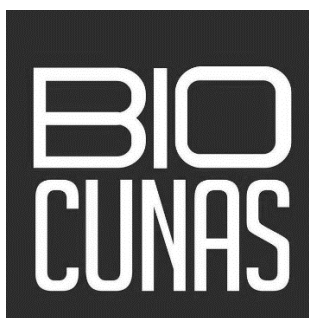


Figura 10. Logotipo de Cooperativa Agropecuaria de Servicios Valle del Cunus Limitada.

-COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL SONOMORO LTDA

Inició sus actividades el 1 de agosto del 2007, bajo las actividades comerciales de “cultivos de cereales” y “pesca, explot. Criaderos de peces”. Se ubica en el distrito de Pangoa.



Figura 11. Isologo de Cooperativa Agroindustrial Sonomoro Ltda.

-COOPERATIVA DE PRODUCCION ESPECIAL DE LA SELVA CENTRAL DEL PERU

Fundada el 29 de diciembre de 2011, bajo las actividades comerciales de “cultivos de cereales” y “explotación mixta”. Ubicada en Chanchamayo.



Figura 12. Imagotipo de Cooperativa de Producción Especial de la Selva Central del Perú

-ASOCIACION DE PRODUCTORES CACAO VRAE.

En el año 2000 se constituyó esta asociación con el objetivo principal de producir y comercializar granos de cacao de parte de aproximadamente 410 familias socias de esta asociación. La presencia internacional se dio al siguiente año gracias al proyecto Consorcio Winrock Internacional – Acción Agraria. El mercado principal en ese año fue Europa.



Figura 13. Isologo de Asociación de productores cacao VRAE

-ASOCIACION DE PRODUCTORES KEMITO – ENE

La asociación nació en el año 2010, trabajando conjuntamente con la Central Ashaninka del Rio Ené para utilizar el cacao y café que crece en la Amazonía peruana para un cultivo eficiente. En la actualidad posee un aproximado de 450 familias.

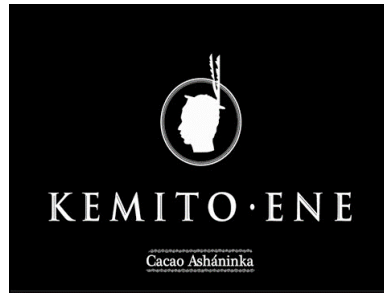


Figura 14. Imagotipo de Asociación de productores Kemito - ENE- ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROSOSTENIBLES VILLA ECOLOGICA PERU.

Es una asociación que inició operaciones en el año 2011 en el mes de noviembre, debido principalmente a las ganas de crecer de los pequeños productores de cacao y café. Se sitúa en la provincia de Chanchamayo, Satipo y Oxapampa. Se dedica a la producción y exportación de calidad considerando los estándares del mercado local e internacional.



Figura 15. Isologo de Asociación de productores Agrosostenibles Villa Ecológica Perú.

-ASOCIACION CENTRAL DE PRODUCTORES ORGANICOS DEL PERU

Se desempeña en el sector de “cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales”. Se iniciaron sus actividades desde el 1 de mayo de 2019.



Figura 16. Isologo de Asociación Central de Productores Orgánicos del Perú.

3.4 Mapeo de Actores Clave

Según Tapella (2007), el MAC es una herramienta de investigación que permite ubicar información recopilada en términos de dimensiones sociales, espaciales y temporales para brindar una perspectiva de campo amplio. Se plantea que gracias al desarrollo del MAC se puede representar la realidad social en la que va a intervenir, comprenderla en términos de su dificultad y crear estrategias en el tema de intervención con más factores que solamente el simple sentido común o la opinión de un informante calificado.

Para mapear actores clave se necesita utilizar diagramas para observar la realidad social donde se desarrolla el actor, comprenderla profundamente en su extensión más compleja y proponer desarrollar estrategias para transformar la realidad (Gutiérrez, 2007, como se citó en Tapella, 2007).

Tabla 18

Grupo de actores

Grupo de Actores	Actor	Entrevistado	Rol en el proyecto de investigación	Relación	Jerarquización
Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en Junín	ACOPAGRO Cooperativa Agraria Cacaotera	Gerente Comercial y especialista en comercio exterior	Empresa productora y comercializadora de cacao en grano orgánico y comercio justo	Relevante información sobre el modelo asociativo en Perú para exportación.	Representa un nivel de aporte alto en la investigación ya que tiene experiencia exportando como asociación.
Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en Junín	Cooperativa Central Cacao Aroma de Tocache Ltda	Gerente General, productor y exportador de productos del sector agroindustrial	Asociación que se dedica a la actividad agroindustrial de producción y exportación de productos de alta calidad	Relevante información sobre el modelo asociativo en Perú para exportación.	Representa un nivel de aporte alto en la investigación dado que tiene experiencia exportando como asociación.
Asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en Junín	Asociación de Productores Kemito Ene.	Gerente de Imagen y consultor de comunicación estratégica	Fundada en 2010, con el respaldo de la Central Ashaninka del río Ene y Rainforest Foundation UK, para rescatar el cacao y el café que crece naturalmente en la Amazonía peruana y conseguir un cultivo sostenible.	Relevante información sobre la correcta utilización del modelo asociativo en el tiempo para internacionalizarse.	Representa un nivel de aporte alto en la investigación ya que tiene experiencia exportando como asociación.
Sector Público	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Dicta normas para establecer un marco de seguridad para las actividades comercio exterior y turismo.	Crear programas de incentivo y mejoras a la producción de cacao, así como informes estadísticos de las exportaciones.	Representa un nivel medio-alto en la investigación porque se obtienen datos estadísticos sobre exportaciones de cacao, y promueve la asociatividad
Sector público	Experto Agroindustrial	Docente de posgrado de Maestría en Agronegocios	Experto con experiencia en la agroindustria y en asociaciones exportadoras de cacao	Relevante información sobre las exportaciones de cacao a través de la asociatividad	Representa un nivel medio alto en la investigación, debido a que brinda una visión especializada de la asociatividad en las organizaciones exportadoras de la agroindustria

Sector Público	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR	Gestor de la Ruta Productiva Exportadora	Experto en negocios y comercio exterior de productos agrícolas	Relevante información de las exportaciones de cacao, así como las ventajas de la asociatividad	Representa un nivel medio alto en la investigación, debido a que brinda una visión especializada de la asociatividad en las organizaciones exportadoras de la agroindustria
Sector Público	PromPerú	Especialista en el departamento de Agronegocios	Especialista en Agronegocios	Relevante información sobre las exportaciones de cacao asociado a la asociatividad	Representa un nivel medio alto en la investigación, debido a que brinda una visión especializada de la asociatividad en las organizaciones exportadoras de la agroindustria

Nota: Se ha realizado una lista de los actores que aportaron a la investigación de acuerdo al sector que pertenecen.

3.5 Instrumentación

Según Hernández (2014), las referencias o fuentes primarias brindan información de primera mano, debido a que se tocan documentos que conllevan conclusiones de los estudios relacionados a la investigación en cuestión. Claros ejemplos son: libros, monografías, tesis, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias, documentales, páginas en internet, etcétera.

De acuerdo con Bounocore (1980), una fuente secundaria contiene información o datos elaborados una segunda vez o resumidos. Estas fuentes interpretan y analizan las fuentes primarias. Las fuentes secundarias son archivos que se basan en fuentes primarias o elementales e implican contextualización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación.

3.5.1 Técnica de recolección de datos.

Esta etapa del trabajo de investigación significa para el investigador, el momento de enfrentar las investigaciones conceptuales y lo que se ha planeado referente a los hechos (Hernández, 2014). En este punto, recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.

3.5.1.1 Enfoque cualitativo.

Por un lado, lo que se busca en este enfoque en particular es obtención de datos, los cuales posteriormente se transformarán en información para los investigadores, de personas, asociaciones, cooperativas, empresas, instituciones, en la forma particular de cada uno.

Es por esta razón, que la investigación se apoyará de herramientas facilitadas por la universidad tales como son *Veritrade*, *Trademap*, *SIICEX*, con el objetivo de obtener información numérica referente principalmente al comercio exterior, para poder analizar a las asociaciones y/o cooperativas en su proceso de internacionalización.

Además, se tomarán como apoyo investigaciones académicas tanto de ámbito nacional como internacional, asociadas principalmente a la asociatividad, competitividad y las exportaciones y/o proceso de internacionalización. Se utilizarán *papers* de apoyo obtenidos de sitios web tales como *Scopus*, *Science Direct*, *JStor*, EBSCO, entre otras; las cuales deberán tener relación con la línea de investigación en cuestión y la problemática. Se realizarán entrevistas a profundidad a las asociaciones y/o cooperativas que presenten exportaciones anuales. Asimismo, se necesita entrevistar a expertos de exportaciones de cacao, ya sea de empresas o de instituciones públicas tales como PromPerú, SUNAT, debido a que conocen el tema a más profundidad y pueden darnos una vista general del sector en estudio. Estas entrevistas se realizarán virtualmente con el apoyo de las herramientas de *Zoom*, *Meet*, etc. En estas entrevistas se plantearán preguntas abiertas y posteriormente se obtendrán resultados que tendrán que ser analizados e interpretados por los investigadores.

Las entrevistas abordarán temas de volúmenes de exportaciones, limitaciones como productores antes de pertenecer a las asociaciones o cooperativas, con la finalidad de desarrollar el sustento de que la asociatividad permitió que iniciara su proceso de exportación y posteriormente la internacionalización. Para esto, se contactará a las asociaciones y cooperativas que operen en la región Junín que tengan registro de exportaciones según páginas como *Veritrade*, SUNAT, SIICEX.

De acuerdo a la herramienta *Veritrade*, son 15 asociaciones y/o cooperativas exportadoras en el periodo 2015-2020 en la región Junín del producto cacao, tal como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 19

Asociaciones y cooperativas exportadoras de Junín

Asociación y/o cooperativa
Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga
Cooperativa Agraria Cafetalera Pango Lt
Cooperativa Agraria Ecológica Cacaotera Valle Rio Ené - COOPAVRE
Cooperativa Agraria Intercultural Café y Cacao de Rio Tambo VRAEM
Cooperativa Agraria Innovación Cacao y Café del VRAEM
Cooperativa Agropecuaria De Servicios VA
Cooperativa Agroindustrial Sonomoro Ltda
Cooperativa de Producción Especial de la Selva Central del Perú - COOPERU
Asociación de Productores Cacao VRAE
Asociación de Productores Kemito - Ené
Asociación de Productores Agrosostenibles Villa Ecológica Perú
Asociación Central de Productores Orgánicos del Perú
Asociación Nacional Ckochana de Caficultores Ecológicos

Nota: Se ha realizado una lista de las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en la región Junín con actividad durante el periodo 2015-2020.

Para fines de la investigación, se planteó realizar 15 entrevistas a profundidad las asociaciones y cooperativas exportadoras del producto cacao, debido a que estas organizaciones son las principales fuentes de información para el desarrollo del trabajo.

3.5.1.2 Enfoque cuantitativo.

Por otro lado, lo que se busca en este enfoque es recolectar la mayor cantidad de datos mediante encuestas, para de esta manera generalizar los resultados de una muestra en específico.

Para el presente trabajo de investigación se usarán encuestas con preguntas cerradas siguiendo la escala Likert del 1 al 5, dirigidas principalmente tanto a asociaciones como cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín, apoyándose del uso de correo electrónico y creando formularios en la plataforma de *Google Forms*.

Para la presente investigación, se realizarán las encuestas a las 15 asociaciones y cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín exclusivamente, debido a que

pertenecen al grupo principal de estudio, y para el posterior análisis cuantitativo, se necesitan datos únicamente de las asociaciones representativas de la región Junín. Estas organizaciones tienen registros de exportaciones de acuerdo a la herramienta de Veritrade.

De acuerdo a Brache y Felzensztein (2019) en su *paper* titulado “*Exporting firm’s engagement with trade associations: Insights from Chile*”, se abordaron los efectos del nivel de compromiso de la empresa con las asociaciones comerciales ubicadas en el mercado de exportación de la empresa en el desempeño de las exportaciones. Tomaron como ejemplo, el caso internacional de Chile. Siguió una metodología cualitativa (entrevistas a gerentes de empresas exportadoras) y cuantitativa (mediante encuestas a empresas exportadoras vía e-mail). Para el desarrollo de su análisis cuantitativo, se utilizó el Modelo de Regresión Lineal, debido a que la variable dependiente es explicada por las variables independientes, asimismo, se utiliza una transformación *logit* y errores estándar robustos, tal como sugieren Papke y Wooldridge (1993).

Los resultados muestran que un mayor compromiso con las asociaciones comerciales ubicadas en la empresa mercado de exportación tiene un efecto positivo en el desempeño de las exportaciones.

Para el desarrollo del presente análisis cuantitativo del proyecto de investigación, se tomó como bases distintos *papers* que abordaban la asociatividad mediante el análisis de Regresión Lineal, sin embargo, para el estudio de esta investigación, la significancia fue mayor de 0.05. Por lo tanto, se optó por el Modelo Factorial, debido principalmente a que tiene un enfoque parecido tomando las variables independientes como perfiles.

3.5.2 Confiabilidad del instrumento cualitativo.

La fiabilidad y validez de cada instrumento que se utiliza para recolección de información científica debe ser comprobada, puesto que el investigador plantea una pregunta según el problema y la hipótesis. Cada instrumento se diseña para la medición y

registro de las variables a través de un cuestionario de preguntas o indicadores. Asimismo, en la práctica no se podrá realizar una perfecta medición debido a la existencia de un margen de error, el cual deberá ser mínimo y no representar un problema. La fiabilidad es una característica del instrumento, la cual mide la capacidad de generar resultados congruentes y precisos (Vara, 2010).

Respecto al presente trabajo de investigación, se realizarán entrevistas a la población definida en apartados anteriores mediante un cuestionario de preguntas acorde a los problemas, variables, y dimensiones principales. La confiabilidad del instrumento determinado para conservar la fuente original será archivada mediante filmaciones, grabaciones, o base de datos para poder garantizar la concordancia y fiabilidad (Vara, 2010).

El cuestionario de preguntas del modelo de entrevista para la recolección de información para la presente investigación ha sido revisado y validado por los siguientes expertos:

Tabla 20

Resumen de validación de instrumento cualitativo por experto

N° Experto	Nombres y Apellidos	Cargo	Centro de trabajo	Años de experiencia
1	Juan Loayza Bellido	Docente de Pregrado y Posgrado	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Universidad Agraria La Molina	30
2	Lucelly Sánchez Barreto	Consultor en comercio exterior	PromPerú	6
3	Erick Gonzales Custodio	Supervisor de Exportaciones	Agrícola San Juan S.A.	5
4	Adderlyn Ayllón Aliaga	Analista de Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	8

Nota: Se ha realizado una lista resumen con las características de los expertos que validaron el instrumento cualitativo del cuestionario.

A continuación, se detalla brevemente el perfil profesional de cada experto:

-Juan Loayza Bellido Magister con 30 años de experiencia y especializado en Agronegocios. Actualmente se desempeña como docente de pregrado en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y posgrado en la Universidad Agraria La Molina

-Lucelly Sánchez Barreto licenciada en Administración de Negocios Internacionales con 6 años de experiencia. Actualmente se desempeña como consultor de comercio exterior en PromPerú.

-Erick Gonzales Custodio licenciado en Comercio y Negocios Internacionales con 5 años de experiencia en comercio exterior y sector agropecuario. Actualmente se desempeña como supervisor de exportaciones para la Agrícola San Juan S.A.

-Adderlyn Silvano Ayllón Aliaga licenciado en Negocios Internacionales con 8 años de experiencia en Comercio Exterior. Actualmente se desempeña como analista de comercio exterior en Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

En resumen, los expertos validaron el instrumento cualitativo indicando que las preguntas planteadas en el cuestionario estaban correctas. Por otro lado, la consultora de comercio exterior en PromPerú, Lucelly Sánchez, indicó algunas correcciones de redacción para mejor entendimiento al momento de realizar la pregunta al experto. Asimismo, el experto de MINCETUR, Adder Ayllón, indicó del valor de “repreguntar” a los expertos para obtener la mayor cantidad de información concisa sobre su percepción de la asociatividad.

3.4.3 Confiabilidad del instrumento cuantitativo.

Dado que la presente investigación sigue un enfoque mixto, se debe evaluar la confiabilidad del instrumento cuantitativo: la encuesta. Existe diversos procedimientos para medir la confiabilidad de un instrumento cuantitativo mediante un coeficiente, entre

los principales se encuentran: (i) método de formas paralelas, (ii) medida de estabilidad, (iii) medidas de consistencia interna y (iv) método de mitades partidas. Sin embargo, la medida más utilizada para la consistencia interna es el “coeficiente Alfa de Cronbach” (Hernández, 2014).

Según Arbaiza (2014), el Alfa de Cronbach indica lo siguiente: una puntuación de 0.90 representa una confiabilidad alta, un coeficiente de 0.75 es aceptable y 0.25 es una confiabilidad baja.

Tabla 21

Estadística de fiabilidad: Alfa de Cronbach

Estadística de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.875	11

Nota: Se ha realizado el analítico de Alfa de Cronbach con las preguntas de la encuesta. Adaptado de “*Statistical Package for the Social Sciences*”, SPSS, 2022.

Por lo tanto, al aplicar la herramienta del SPSS para medir la confiabilidad del instrumento (en este caso el cuestionario de preguntas de la encuesta) se obtuvo un coeficiente de 0.875, lo que representa una confiabilidad aceptable.

3.6 Consideraciones Éticas

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad explicar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020. Para lograr ello, se estudiaron las cooperativas y asociaciones exportadoras del producto en dicha región.

Mediante este trabajo, se trata de crear un apoyo a las organizaciones que operan bajo la herramienta de la asociatividad, y también a las organizaciones relacionadas. De esta

manera, que se pueda usar el trabajo como bibliografía para futuros proyectos e investigaciones en Junín, con el propósito de internacionalizar tanto al sector agropecuario como la región.

En adición, las entrevistas fueron grabadas mediante la herramienta Zoom y subidas mediante la herramienta de YouTube para corroborar su legitimidad, por otro lado, las encuestas fueron creadas mediante Google Forms y llenadas por miembros, o en algunos casos gerentes, de asociaciones o cooperativas. Las entrevistas se realizaron por expertos de instituciones públicas y miembros de asociaciones contactados mediante correos electrónicos y referencias de algunos entrevistados y personas del ámbito social de los investigadores.

Capítulo IV. Desarrollo y Aplicación

4.1 Aplicación Cualitativa

De acuerdo a Rojano (2021) en su *paper* titulado “*Uso del aplicativo Atlas.ti. para la gestión estratégica de datos en la aplicación del método de la Teoría Fundamentada*”, indexado en la web *Scielo*, para los investigadores cualitativos, el uso de diversos softwares de para el tratamiento minucioso y sistematizado de la información es fundamental. En la investigación cualitativa el entendimiento de los hallazgos se basa principalmente en interpretar las expresiones y símbolos propiamente de la unidad analizada. En base a esto, la información cualitativa parte de un enorme número de datos producidos. El investigador busca sistematizar esto de manera eficiente y concisa, porque de no ser así, puede llegar a complicar y alterar el análisis. Dado esto, la gran variedad de herramientas informáticas brinda una correcta gestión y administración de los datos, de esta manera, la investigación tiene un mejor entendimiento, análisis y conclusiones. Entre los aplicativos de gestión, análisis y desarrollo de información cualitativa más usados se tienen: Atlas.Ti, MAXQDA, *Etnographic*, etc.

4.1.1 Herramienta cualitativa.

Para el desarrollo del análisis cualitativo en cuanto a las entrevistas realizadas a los expertos, se plantea la utilización del software Atlas.Ti 22. Con el objetivo de esquematizar las respuestas de las entrevistas y obtener una información más fácil de analizar.

El software Atlas.Ti 22 es una herramienta utilizada principalmente para analizar cualitativamente enormes grupos de texto, imágenes, video o incluso audio. Se define al aplicativo como una herramienta informática, para manejar grandes cantidades de datos de texto, las cuales parten de una investigación de enfoque cualitativo.

La creación del Atlas.Ti se remonta a los años 1989 – 1992 en la Universidad Tecnológica de Berlín. La herramienta se presenta como un gestor para clasificar toda la

información, asimismo, permite que los datos sean delimitados y se creen códigos/categorías para facilitar al análisis por parte del investigador (Rojano, 2021).

4.1.1.1 Ventajas del uso de la herramienta.

De acuerdo a San Martín (2013) en su *paper* titulado “*Teoría fundamentada y ATLAS.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa*”, indexado a la web *Scielo*, la utilización de programas para analizar los datos cualitativos, aumenta la calidad de investigación, debido principalmente a que la coherencia del análisis de los datos es mejorada. El autor señala que la capacidad de segmentar, recuperar y codificar la información son ventajas bien marcadas que permite la utilización del Atlas.Ti. Asimismo, el tiempo que el investigador ahorra al utilizar este software por computador es una clara ayuda al trabajo de investigación. La velocidad en búsqueda, gestión y exposición de la información y su codificación representa una enorme ventaja cuando la investigación conlleva a grandes grupos de datos. Por otro lado, al no utilizar una herramienta de análisis de datos cualitativos (CAQDAS), los investigadores diseñan limitados e ineficientes instrumentos de recolección de información cualitativa, esto explicado principalmente por su falta de tiempo en los proyectos de investigación.

Una clara ventaja es la capacidad de inclusividad para el programa de análisis de información cuantitativa. Esta herramienta permite la admisión de distintos datos, como pueden ser: notas, videos, periódicos, memos, manuales, entrevistas.

Por otro lado, la exploración y codificación de data son parte fundamental del análisis cualitativo mediante la utilización de este software. Esto se explica como la separación de fragmentos de texto mediante la marcación, para luego generarles un código a cada uno y recaudar una lista de códigos descriptivos del texto cualitativo en análisis. Asimismo, la codificación se puede complementar con notas o memos, de esta manera se habilita la posibilidad de incorporar nuevas ideas o un nuevo análisis por parte del investigador.

4.1.1.2 Codificación y categorías.

Según Rojano (2021), el inicio de un análisis de datos cualitativos es la identificación de “temas y aspectos claves”. El proceso de codificar la información incluye una gran cantidad de enfoques manera de organización de datos, de esta manera surgen categorías, las cuales pueden ser analizadas y constituyen una gran utilidad para el investigador en materia de descubrimientos.

La codificación no se basa exclusivamente en la rotulación de pequeños fragmentos del texto, para la investigación, es de vital importancia cambiarlos de dimensión para establecer relaciones conceptuales de acuerdo a la necesidad del investigador. Para crear código, la información se analiza en su totalidad, punto por punto, se comparan y se clasifican en categorías acorde con su fundamento. Mediante la herramienta Atlas.Ti, las categorías/códigos son distintivos gracias a la gama de colores de cada uno de los puntos emergentes. El manejo del volumen de información llegar a ser organizado, siguiendo la lógica de códigos y categorías.

4.1.1.3 Redes conceptuales.

Las redes conceptuales generan modelos teóricos. Mediante estos modelos teóricos, además de la sistematización de manera rigurosa y analítica, logra establecer relación de un concepto con el otro, reduce significativamente el número de categorías y acerca a la categoría central del trabajo del investigador. Desde este punto, cabe resaltar que no hay una teoría de construcción de teorías, tampoco una metodología parcialmente nueva e ingeniosa (Rojano, 2021).

El poder visualizar la información puede llegar a ser un elemento fundamental para descubrir relaciones entre conceptos, interpretar los resultados y dar a la luz los resultados. Mediante las redes del *software* Atlas.Ti se pueden cumplir correctamente estos 3 puntos/objetivos. Gracias a la herramienta, estos segmentos del análisis de red se pueden

modelar a la necesidad del investigador para ver lo que realmente se necesita ver. La propiedad más importante de los gráficos del Atlas.Ti es lo intuitivo que puede llegar a ser, se puede crear o moldear diseños de nodos y vínculos con etiquetas.

4.2 Aplicación Cuantitativa

De acuerdo con Ramírez (2018), en su tesis titulada “*Aplicación del método cuantitativo en una investigación de mercados sobre el perfil de los vendedores ambulantes en la localidad de La Candelaria en Bogotá*”, detalla que la finalidad del enfoque cuantitativo para una investigación es el cuantificar, reportar, medir y proporcionar información específica mediante la estadística. Asimismo, resalta que es importante que esta data sea presentada de forma resumida en tablas y gráficas, con el fin de obtener las conclusiones relevantes y de mayor peso e importancia para la toma de decisiones.

Por otro lado, el autor expresa que a diferencia del método cualitativo que se expresa con palabras, el método cuantitativo se basa en números y estadística; y este suele ser aplicado al final de una investigación, porque es aquí en donde se cuenta con una cantidad mayor de datos para poder analizar y brindar un resultado más acertado para el lector.

Finalmente, para poder recopilar esta data se utilizan distintas herramientas como lo son los cuestionarios, encuestas, mediciones y otras técnicas para la recolección de información; los cual pueden ser analizados con distintos modelos como son el análisis factorial, regresión lineal simple, múltiple; entre otro.

4.2.1 Herramienta cuantitativa.

Para el desarrollo del enfoque cuantitativo, se plantea el uso de la herramienta del análisis factorial. Este denota una clase de procedimientos que son empleados para poder reducir los datos analizados en una investigación, teniendo en cuenta además que se pueden contar con una gran cantidad de variables que estén correlacionadas y que deben de

reducirse a un nivel más manejable. En adición, a diferencia de la regresión múltiple, el análisis de la varianza y discriminante; el análisis factorial es más una técnica de interdependencia, la cual examina el conjunto completo de relaciones interdependientes. (Malhotra, 2008)

Por otro lado, el análisis factorial es utilizado para poder identificar las dimensiones o factores que explican las correlaciones entre un conjunto de variables; asimismo y teniendo en cuenta un nivel matemático la covariación entre las variables describe en términos de un pequeño número de factores comunes y un factor único para cada variable.

En la investigación, se plantea la función de la siguiente manera:

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Donde:

X_i = i-ésima variable estandarizada

A_{ij} = coeficiente estandarizado de regresión múltiple de la variable i en un factor común

j

F = factor común

V_i = coeficiente estandarizado de regresión de la variable i en un factor único i

U_i = factor único de la variable i

m = número de factores comunes

Los factores únicos no se correlacionan entre si ni con los factores comunes. Los factores comunes pueden expresarse como combinaciones lineales de las variables observadas.

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

Donde:

F_i = estimación del i-ésimo factor

W_i = peso o coeficiente de la calificación del factor

k = número de variables

4.2.2.1 Estadísticos asociados con el análisis factorial.

Según Malhotra (2008), existen diversos análisis estadísticos que permitirán determinar si la información obtenida es válida o no, por lo cual se resaltarán los más importantes para esta investigación:

-Prueba de esfericidad de Bartlett: Constituye una prueba estadística empleada para poder examinar las hipótesis de que las variables no están correlacionadas con la población.

-Matriz de correlación: Matriz que muestra las correlaciones simples, r , entre los pares posibles en el análisis.

-Medida de lo apropiado del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO): Indicador que sirve para poder examinar si el análisis factorial es adecuado, siendo así que los valores comprendidos entre 0.5 y 1.0 determinan si el análisis factorial es adecuado, y si estos valores están por debajo de 0.5 este análisis no es adecuado.

Asimismo, según Malhotra (2008), la matriz de correlación permite identificar la relación entre los factores, en este caso perfil, y cuales muestran una alta o baja correlación entre cada una de las variables. Además, es importante resaltar la importancia de los perfiles obtenidos por medio de este análisis factorial, los cuales son estudiados e interpretados por medio de la utilización de la matriz de coeficiente de puntuación y para lo cual se tomará como valores relevantes los de mayor carga por cada variable y perfil. Es por ello, que, al obtener estos resultados con mayor carga, podremos identificar cuáles serán las variables más resaltantes para cada perfil, ayudando así a dar respuesta a las hipótesis planteadas en este trabajo de investigación.

Finalmente, para el análisis de los datos cuantitativos, se utilizará el valor del KMO resultante para poder determinar, si los valores obtenidos por medio de esta herramienta (encuesta) son adecuados o no para nuestro trabajo de investigación; posterior a esto, se buscarán los valores más altos de cada perfil en la matriz de correlación, con el fin de identificar el impacto de cada una de las preguntas realizadas a nuestros encuestados.

Capítulo V: Análisis y Discusión de los Resultados

De acuerdo a Arbaiza (2014), la importancia del presente capítulo está en el desarrollar la información obtenida de la población en estudio, siguiendo la metodología adoptada en el Capítulo III, para poder crear resultados que serán comparados de acuerdo a las hipótesis y objetivos de la tesis, así como los resultados obtenidos de trabajos de investigación relacionados al tema de la presente tesis. Para llegar a un procesamiento de datos efectivo y confiable, se debe seleccionar la herramienta pertinente para cada enfoque: cualitativo y cuantitativo. De esta manera los resultados tendrán independencia porque vienen de enfoques diferentes, pero responderán a los mismos objetivos.

5.1 Análisis Cualitativo: Entrevistas a Profundidad

Para analizar la parte cualitativa de una investigación, es fundamental que se realicen en base a entrevistas, las cuales serán recogidas de los expertos en el tema y que pueden aportar sus conocimientos y puntos de vista. Asimismo, se deben de considerar ciertos aspectos importantes, como si se realizan entrevistas para la investigación, estas deben ser transcritas con cuidado, para luego analizarlas de manera acertada y poder así filtrar los datos más relevantes, que permita comparar los resultó de manera pertinente. (Arbaiza, 2014).

El presente trabajo de investigación ha recopilado datos de distintos expertos de las cooperativas/asociaciones de cacao, así como del sector público como es el Mincetur. Los entrevistados, pudieron brindar un punto de vista desde su experiencia y conocimientos, aportando así a los temas relacionados con nuestro trabajo y cómo las exportaciones de cacao durante los periodos del 2015-2020 han sufrido cambios considerables.

5.1.1 Perfil de los entrevistados.

Al inicio de la investigación, se mencionaron actores claves, determinados principalmente por su vasta experiencia tanto en temas de exportación y en el sector agroindustrial, como en asociaciones y cooperativas exportadoras del sector agrícola.

Entre los entrevistados para el desarrollo del análisis cualitativo se obtuvieron perfiles como: gerentes generales de asociaciones agrarias, administradores con conocimientos de la oferta exportable del cacao, agro-negocios y promoción de comercio internacional. Estos expertos pertenecen al sector privado y público, tales como: MINCETUR, PROMPERÚ y asociaciones y cooperativas de la región de Junín.

Para tener un mejor entendimiento sobre las características de los entrevistados, se realizó la creación de una tabla resumen a continuación:

Tabla 22

Resumen de expertos entrevistados

Entrevistado	Perfil Profesional	Cargo Actual	Institución	Grupo De Actores
Higor Jaramillo	Productor y exportador de productos agrícolas	Gerente General	Cooperativa Central Cacao Aroma de Tocache Ltda	Institución Privada
Pamela Esquivel	Especialista en comercio exterior	Gerente Comercial	ACOPAGRO - Cooperativa Agraria Cacaotera	Institución Privada
Joaquín Sancho	Consultor de Comunicación estratégica	Gerente de Imagen	Asociacion de Productores Kemito Ene	Institución Privada
Adder Ayllón	Administración y Negocios Internacionales	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	MINCETUR	Institución Pública
Juan Loayza	Especialista en agronegocios	Docente de posgrado de Maestría en Agronegocios	Universidad Nacional Agraria La Molina	Institución Pública
Juan Carlos Prada	Consultor en negocios y comercio exterior	Gestor de la Ruta Productiva Exportadora	MINCETUR	Institución Pública
Marco Antonio Vilches Nieto	Licenciado en Administración y Negocios Internacionales	Especialista en el departamento de agronegocios	PromPerú	Institución Pública

Nota: Se ha realizado una lista resumen de las características de los expertos entrevistados para la presente investigación.

5.1.2 Punto de saturación.

El punto de saturación en una recolección de datos cualitativos se da cuando el investigador al momento de recabar cierta cantidad de información no llega a obtener nueva información o elementos relevantes para el estudio. Asimismo, se plantea que el investigador debe seguir buscando la información que considere relevante, hasta llegar al punto en el que la “nueva información” sea similar o poco relevante a la que ya se obtuvo previamente (Martínez, 2012)

Con respecto a la presente investigación, se pudo obtener información relevante y valiosa con respecto a la asociatividad y como esta ha sido beneficiosa para el crecimiento y desarrollo de los productores que han sabido aprovecharlo. Asimismo, luego de una cantidad de entrevistas la información brindada no proveía de datos nuevos; es por ello que miembros de las asociaciones concordaron, que la asociatividad ha permitido que las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 hayan sido positivas a pesar de las limitaciones presentes tanto por las restricciones impuestas por el mercado europeo (mayor importador de cacao peruano) y por la pandemia del COVID-19. En adición, los entrevistados coincidieron que las barreras de entrada a los mercados internacionales pudieron ser disminuidas gracias a la asociatividad, además de considerar a la calidad del producto como un factor importante para que esta barrera también pueda ser aminorada.

Por otro lado, los entrevistados concluyeron que el Estado si bien ha generado ciertos programas e incentivos para promover la asociatividad los cuales ayudaron en cierta forma a que estos pudieran impulsar sus exportaciones, hubo otros que no consideran al estado como un factor fundamental para el crecimiento de estas organizaciones, debido a que no aporta el suficiente apoyo a estas en términos de promoción.

Finalmente, los recursos y habilidades generados por la asociatividad han sido relevantes para el correcto desarrollo y desempeño de las asociaciones, debido a que

permitieron generar una mejora en la productividad; así como también en la enseñanza a nuevas practicas gerenciales para el correcto manejo de las organizaciones , concluyeron los entrevistados.

Debido a esto, se optó por realizar entrevistas adicionales a expertos del sector agropecuario, pertenecientes a instituciones públicas y privadas, tales como PromPerú, MINCETUR y centros de estudio.

5.1.3 Análisis y resultados.

Para el análisis cualitativo, se realizaron 7 entrevistas a expertos sobre el tema de investigación. Las preguntas fueron desarrolladas en base a nuestros objetivos tanto generale como específicos. En primer lugar, se transcribieron las entrevistas realizadas a los miembros de una asociatividad y/o cooperativa, quienes cuentan con información más específica de cómo se desarrolla la producción y exportación del producto cacao; y además con expertos del sector público y privado con experiencia en el comercio exterior, las cuales se pueden encontrar en el Anexo N°7.

Con la información brindada por estos expertos pudimos tener un mayor alcance con respecto a cómo la asociatividad influye en la competitividad de las exportaciones de cacao, así como también del rol que tiene el Estado en la promoción de esta asociatividad y como con el apoyo de esta adquirir mayor cantidad de recursos y habilidades, a continuación, se presentaran los resultados de las entrevistas realizadas a los expertos.

Para el correcto análisis de la información brindada por los expertos, se ha utilizado la herramienta Atlas.Ti para procesar los datos. En primer lugar, se subieron los archivos de las entrevistas transcritas al software para limitar los conceptos o palabras más repetitivas en las respuestas de los expertos, las cuales se observan a continuación obtenidas desde la herramienta:

Palabra	Largo	Frecuencia ▼
asociatividad	13	70
cacao	5	70
exportaciones	13	42
mercado	7	24
calidad	7	23
internacional	13	23
cooperativas	12	19
poder	5	19
recursos	8	16
mejorar	7	15
internacionales	15	13
mercados	8	13
variación	9	13
cantidad	8	12
periodo	7	12
proceso	7	12
exportación	11	11
productores	11	11
promoción	9	11
apoyo	5	10
asociaciones	12	10
asociados	9	10
conocimiento	12	10
cooperativa	11	10
financieros	11	10
tecnológicos	12	9

Figura 17. Base de datos de conceptos de entrevistas. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.

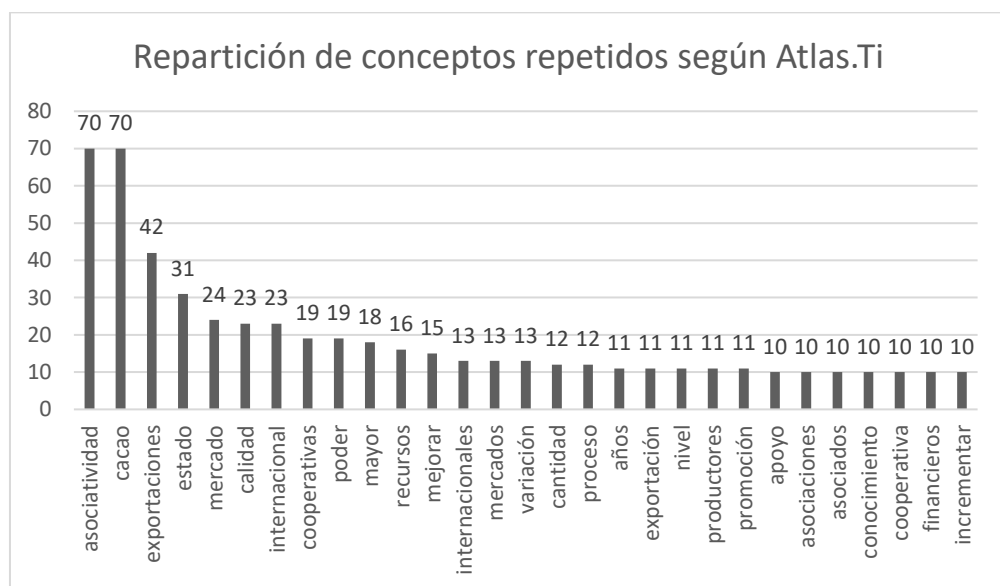


Figura 18. Repartición de conceptos de entrevistas. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.

Nombre	Enraizamien... ▾	Densidad
○ ◆ Competitividad en las exportaciones de cacao	12	4
○ ◆ Programas gubernamentales de promoción	8	1
○ ◆ Calidad	8	1
○ ◆ Crecimiento en exportaciones de cacao	8	2
○ ◆ Recursos tecnológicos	6	1
○ ◆ Mala gestión de promoción	6	1
○ ◆ Nuevos Aprendizajes	5	1
○ ◆ Poder de negociación	5	1
○ ◆ Financiamiento	5	2
○ ◆ Barreras fitosanitarias	5	1
○ ◆ Falta de apoyo de Estado	3	1
○ ◆ Rentabilidad	3	2
○ ◆ Cantidad de asociados	2	2
○ ◆ Proceso productivo	2	1
○ ◆ Proyectos internacionales	2	1
○ ◆ Insostenibilidad	1	1
○ ◆ Precios internacionales	1	1
○ ◆ Accesibilidad en el extranjero	1	1
○ ◆ Crecimiento industria nacional	1	1
○ ◆ Promoción del Estado	0	5
○ ◆ Participación de mercado	0	4
○ ◆ Asociatividad	0	7
○ ◆ Recursos y Habilidades	0	6

Figura 19. Codificación de la información de acuerdo a las respuestas de los expertos. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.

De acuerdo al consolidado de entrevistas se supo la opinión de los expertos con respecto a la categorización planteada, según la asociatividad y los elementos que la determinan, a continuación, se presentarán el producto de las entrevistas a profundidad separado en objetivos.

5.1.4 Análisis de resultados de entrevistas a profundidad.

Objetivo general: Determinar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020.

5.1.4.1 Resultado de acuerdo a las entrevistas respecto a “las exportaciones de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020” y “competitividad”.

Las 7 personas entrevistadas respondieron el cuestionario sobre los puntos relacionados a las exportaciones de cacao y competitividad en el periodo 2015-2020 sobre el producto cacao en específico. Se creó un gráfico de interrelación con las categorías (códigos) obtenidos después de analizar las entrevistas transcritas en el software Atlas.Ti tal como se

muestra en la Figura 20. Este gráfico muestra cómo se relacionan las categorías con el “Desempeño en las exportaciones de cacao” y “competitividad”. En las siguientes líneas se abordan las respuestas más representativas de los expertos y se busca desarrollar la relación de entre las categorías y los factores del trabajo de investigación, todo relacionado al sector agropecuario del cacao.

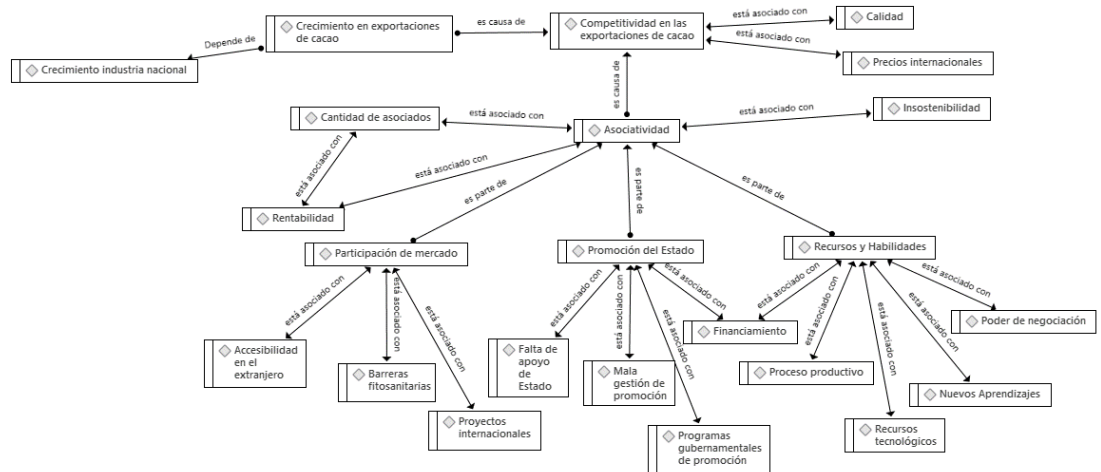


Figura 20. Red de categorías del desempeño en las exportaciones de cacao. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.

Las entrevistas partieron con preguntas a los entrevistados sobre su opinión de la variación de las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020.

De acuerdo a Jaramillo (2022), en temas puntuales de exportaciones de productores menores no existe un estudio conciso que detalle las causas y cifras de estos. El experto mencionó que las exportaciones de cacao orgánico han disminuido en el periodo 2015-2020, esto explicado por la demanda y oferta internacional del cacao orgánico. Como consecuencia de esto, algunas empresas han llegado a ser insostenibles en el tiempo. El aspecto de los precios internacionales del cacao ha sido mencionado por varios expertos. Ayllón (2022) señala que la inestabilidad en las exportaciones de este periodo se debe principalmente al aspecto antes mencionado: el producto cacao es considerado un *commodity*. Tanto Ayllón (2022) como Esquivel (2022) comentaron que, al tratarse de un

commodity, este se ve afecto a la variación de precios debido a la bolsa de New York. Esta última experta señala que la tendencia de las exportaciones de cacao ha tomado un rumbo creciente en los años 2015-2020, a excepción del 2020 por el tema de la pandemia, además, el crecimiento ha sido estable debido principalmente a la excelente calidad a nivel de comercio internacional.

En adición, Loayza (2022) explica que, para poder entender las estadísticas, se debe de comprender primero los precios, en especial del mercado internacional, esto debido a que se depende mucho de los cambios que existan en dichos países extranjeros. Asimismo, Prada (2022) consideró que la variación de las exportaciones fue positiva; sin embargo, se debe tomar en cuenta, que el producto cacao es un *commodity* y depende del precio internacional, haciendo que su crecimiento no sea tan exponencial, como debería ser. En complemento, tanto Loayza (2022) como Prada (2022) coinciden en que el número de asociados influye no solo en una mejora de productividad, sino que además permite que esta pueda ser acreedora a mejores créditos y también a crecer en mercados internacionales.

Por otro lado, Sancho (2022) comentó que sí existió una variación positiva para las exportaciones de cacao, sin embargo, este crecimiento no ha sido muy representativo a partir del 2016, fecha en la que las exportaciones de cacao tuvieron su pico más alto. Estas afirmaciones coinciden con Esquivel (2022), la cual señala que la cantidad exportada de cacao no tuvo una variación significativa en los últimos años, sin embargo, cuando se incluyen las organizaciones o instituciones grandes exportadoras de cacao, la oferta exportable aumenta considerablemente en el periodo.

Jaramillo (2022) pone hincapié en el crecimiento de la industria nacional en temas de comercio internacional. Este señala que las grandes organizaciones cacaoteras vendían entre 4,000 y 5,000 Tm, y que en la actualidad venden aproximadamente entre 10,000 y

12,000 Tm. Es necesario realizar un estudio situacional para entender el cambio principal y los destinos de exportación de tal magnitud de toneladas.

El experto Ayllón (2022) considera importante observar que hay nichos de mercado tales como el cacao de aroma, este tiene un precio elevado de acuerdo a la bolsa de Valores de Londres o Nueva York.

Jaramillo (2022) considero importante el contar con una asociatividad como herramienta para un desarrollo sostenible de los pequeños productos, lo cual influye en las exportaciones de cacao.

Asimismo, Esquivel, Sancho y Ayllón (2022) concuerdan de que el número de asociados influye en la capacidad exportadora y de negociación de una cooperativa. A su consideración, a mayor es el número de integrantes, mayor es el poder de negociación frente a los prospectos de clientes internacionales.

Por otro lado, Sancho (2022) afirma que si no se posee una cantidad amplia de asociados estos pueden generar un “blanqueo” el cual ocurre cuando los asociados no pueden cumplir con la demanda y compran de otros productores para poder atender a esta, afectando severamente a la calidad del bien ofrecido.

Esquivel (2022) pone especial relevancia en el contar con un numero amplio de asociados, gracias a esto, pueden adquirir una cantidad mayor de financiamiento internacional, lo que es importante para poder seguir exportando.

5.1.4.2 Resultado de acuerdo a las entrevistas respecto al objetivo específico 1: “determinar el efecto en la participación de mercado de las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020”.

Para responder a este objetivo específico se realizaron 3 preguntas orientadas a explicar la importancia de la participación de mercado para las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao. Según la Figura 21, se evidencia la relación de las categorías

relacionadas a la participación de mercado, así como su dependencia. En las siguientes líneas se busca explicar el efecto de esta participación en las exportaciones mediante las respuestas de los expertos, utilizando variables tales como las barreras de ingreso que pueden presentarse en el proceso de exportación para las asociaciones y/o cooperativas.

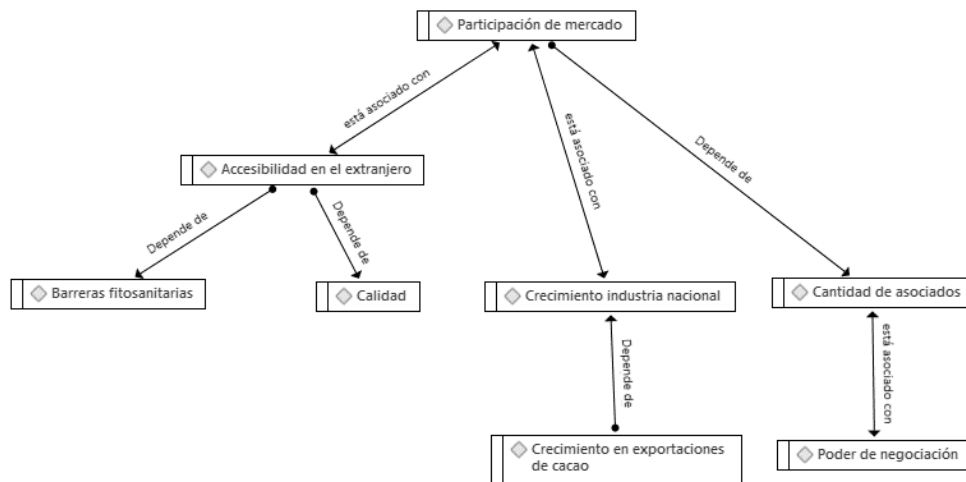


Figura 21. Red de categorías de la participación de mercados. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.

De acuerdo a Jaramillo (2022) en el periodo 2015-2020 las restricciones para el ingreso a la Unión Europea (principal mercado de exportaciones de cacao) han ido aumentando, tal como señala el experto en lo siguiente:

“La UE ha emitido normal últimamente sobre los niveles de cadmio, también normas relacionadas al uso de glifosatos 24d, en donde están colocando barreras en niveles de límites permisibles (esto en el orgánico es 0), sin embargo, a partir del 31 de diciembre de 2022 será 0 para el grano convencional de igual manera” (Jaramillo, 2022)

Adicionalmente expresa que, por un lado, estas barreras han ido disminuyendo gracias a la asociatividad, pero con el tiempo siguen apareciendo más barreras en el mercado internacional. Para las asociaciones y/o cooperativas, esto genera un cambio en los mercados donde operan, y por consecuencia, estos mercados pueden albergar precios no

competitivos. Esquivel (2022) coincide con estos puntos sobre la rigurosidad de los productos al exportar. Con el paso del tiempo han ido apareciendo nuevos requerimientos para el cacao, tal como detalla en su respuesta:

“Las condiciones y requerimientos para poder exportar han ido aumentando, cada vez son más rigurosas las evaluaciones. Antes para el cacao solamente nos pedían que tenga tanto porcentaje de humedad y tema de fermentación que es lo básico para tener un buen chocolate. Sin embargo, con el tiempo no solamente era eso, sino también en tema sensorial, que tenga sabores, mientras va avanzando el mercado se va haciendo más especializado; y ahora está muy presente el tema orgánico” (Esquivel, 2022).

Por otro lado, Sancho (2022) señala que las barreras de entradas están relacionadas a la calidad del producto que producen y se solicita en los mercados internacionales. Tal como señala Jaramillo (2022) anteriormente, ambos coinciden que existen barreras legales y el factor de cambio del producto está siempre presente, tal como menciona:

“Esto debido a que existen nutrientes y minerales en el suelo, principalmente del cadmio que para los mercados europeos y su legislación está permitido solo un cierto nivel de este y cuando se pasa, no siempre es aceptado” (Sancho 2022).

El experto Ayllón (2022) respondió de una manera contraria de los demás, este considera que, al tratarse de un *commodity*, tiene una ventaja de accesibilidad a los mercados internacionales. Señala que el cacao está entre aproximadamente los 4 primeros productos que más acceso tiene a nivel de mercados. Asimismo, determinó que este producto presenta una ventaja frente a otros productos agrícolas porque es un producto a granel y no se cosecha en todas partes del mundo. Las barreras de entradas que pueden existir para el cacao pueden ser superadas gracias a la asociatividad y junto con lo antes ya mencionado.

De acuerdo a Sancho (2022), la asociatividad juega un papel fundamental para poder disminuir las barreras y es una clave de éxito a largo plazo desde una visión empresarial y de acuerdo a la calidad del producto. Entre más fuerte es la asociatividad, más poder de negociación se tiene y se puede trabajar con un precio competitivo mayor, tomando en cuenta las necesidades del agricultor y mercado. Estas afirmaciones coinciden con la postura de Esquivel (2022), la cual reitera que la asociatividad permite hacer negociaciones de escala, de esta manera negociar más y hacer mejores contratos; asimismo, se logra reducir los costos e ingresar al comercio exterior cumpliendo los requisitos. Esta última experta señaló que la asociatividad les permitió conseguir proyectos internacionales e incluso participar en ferias, de esta manera apoya el desarrollo de cooperativas del sector cacao peruano y acceder a una mayor cantidad de mercados internacionales.

Según Jaramillo (2022), la masa de la producción nacional, son los productores y agricultores. Estos últimos, gracias a la asociatividad, pueden ingresar sus productos a exterior manteniendo la competitividad exigida, esto está sujeto a la calidad de su producción y gracias a la asociatividad pueden enviar estos productos a mercados exteriores. Ayllón (2022) aborda el tema de los productores/agricultores igualmente en su respuesta:

“Es más beneficioso el organizarse, porque esto permite poder mejorar a un más a presencia en mercados internacionales, y sobre todo en este tipo de bienes como es el cacao, un solo productor no puede sostener por sí solo una demanda internacional, sobre todo uno de los modelos que mejor se han desarrollado son las cooperativas y por eso es importante contar con estas, porque beneficia en varios aspectos como lo es la calidad, el precio y la negociación; esta última es relevante porque no es lo mismo negociar con un solo productor, que con varios que trabajan en conjunto” (Ayllón, 2022).

Este último autor, resalta un problema con los productores, estos no quieren asociarse con grandes asociaciones o cooperativas, por otro lado, quieren reducir la cantidad de estas, esto se traduce en una reducción de poder de negociación y oferta.

Sancho (2022) indica que además de la asociatividad, que permitió posicionarse en mercados internacionales, se toma en cuenta la historia con la que cuenta toda asociación y cooperativa, tal como se observa en sus palabras:

“Producto de la asociatividad, la asociación se hizo más fuerte no sólo con el producto, que es de una calidad muy buena porque es orgánica, lo cual para los clientes en el extranjero le atrae mucho, sino que por toda la historia de la empresa esta ha logrado posicionarse en el mercado internacional con precios competitivos y una buena calidad” (Sancho, 2022).

Por otro lado, Loayza (2022) es importante marcar un antes y un después del año 2019, porque antes de eso no existía ningún impedimento considerable al mercado Europeo (mayor importador de cacao peruano). Sin embargo, después de las restricciones por dicho mercado, con respecto a los niveles de cadmio, el producto sufrió problemas. Asimismo, al igual que Prada (2022), considera que, producto de la asociatividad, estas barreras de ingreso han podido ser disminuidas o afrontadas de mejor manera, gracias a la constante capacitación que se imparte dentro de estas organizaciones. En adición, Prada (2022) coincide con Loayza (2022) en que, gracias a la asociatividad, se ha aprendido mucho de cómo se maneja el cacao y cómo mantener la calidad, la cual es de suma importancia para poder seguir abasteciendo al mercado internacional.

5.1.4.3 Resultado de acuerdo a las entrevistas respecto al objetivo específico 2:

“determinar si la promoción de la asociatividad por parte del estado tuvo un efecto en las exportaciones de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020”.

Para el desarrollo de este objetivo se plantearon 3 preguntas para explicar el impacto de la promoción por parte del Estado a la asociatividad. Según la Figura 22, la promoción de la asociatividad por parte del Estado es explicada por los expertos mediante las categorías: programas gubernamentales de promoción, proyectos internacionales, financiamiento, mala gestión de promoción. En las siguientes líneas se explicará la relación de estas categorías con la promoción del Estado, con el fin de darle respuesta al objetivo específico 2.

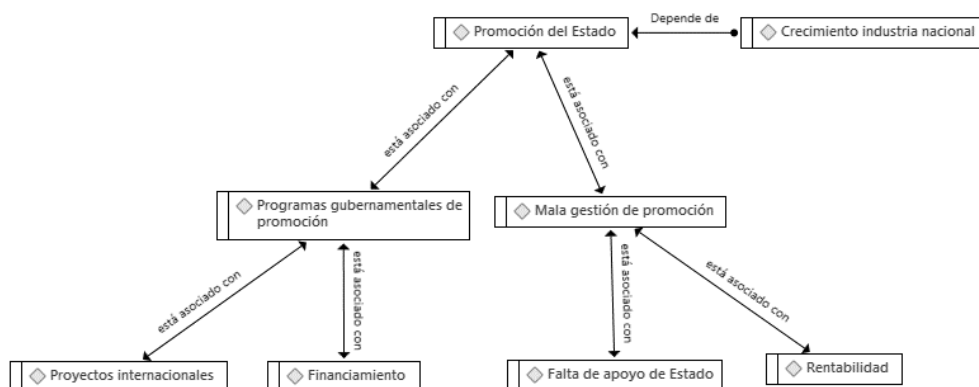


Figura 22. Red de categorías de la promoción del Estado. Adaptado de " Programa Informático Atlas.Ti ", Atlas.Ti, 2022.

El experto Sancho (2022) tiene una postura concisa sobre el rol que desempeña el Estado para la asociatividad. En temas de agricultura, el Estado no brinda ninguna solución, debido a que en estos temas es muy pequeño e ineficiente, adicionalmente, presenta políticas muy inconstantes y erráticas. De acuerdo a sus palabras:

“Lo mejor que puede hacer el estado es no intervenir mucho y dejar que el mercado naturalmente se vaya construyendo y desarrollando, porque el estado no realiza lo que debería y no hace todo lo que promete” (Sancho, 2022).

El Estado realiza apoyo en temas específicos, tales como: talleres de capacitación para el buen manejo de cultivos de cacao, pero en temas de asociatividad no presenta una ayuda sostenible. Por consiguiente no ha realizado una inversión significativa para promover la asociatividad en el Perú.

De acuerdo a Jaramillo (2022), el Estado si ha brindado apoyo a temas relacionados a la asociatividad, mediante leyes, etc. Sin embargo, toda esta ayuda toma tiempo en ejecutarse según lo que señala:

“Las trampas burocráticas que existe en el Estado generan que toda esta ayuda que se plantea sea retrasada, por ejemplo, si presentas un proyecto, te están respondiendo a los 4-5 meses o incluso 1 año, y por consiguiente el tema del presupuesto del proyecto cambia” (Jaramillo, 2022).

Si bien es cierto, el Estado apoya e invierte en la asociatividad, sin embargo, este debe tomar una estrategia diferente para que toda la inversión sea efectiva y pueda mantenerse en el tiempo, tal como la creación de un reglamento que avale las leyes relacionadas a la asociatividad. Esquivel (2022) tiene un pensamiento parecido al último, porque señala que el Estado brinda apoyo mediante capacitaciones a través de sus instituciones públicas, pero señala que se debe llegar más a las asociaciones y/o cooperativas. La experta señala que el Estado cometió errores al tratar de promocionar la creaciones de asociaciones y cooperativas en el pasado, según sus palabras:

“Hubo un año donde se apoyó bastante a la creación de cooperativas porque muchas estaban solo como asociaciones y como asociaciones no se puede comercializar, entonces convirtieron cooperativas, ahí consideramos que hubieron muchas fallas porque estuvieron

atomizando mucho, por ejemplo en Tocache habían 20 cooperativas y no pudieron desarrollarse bien a excepción de 1 o 2” (Esquivel, 2022).

El apoyo que realiza el Estado está mal enfocado, lo que uno busca que se genere con la asociatividad son economías a escala, la experta considera que es mejor desarrollar 1 asociación sostenible, que generar varias asociaciones que no serán viables en el tiempo. El apoyo debe ser más participativo, para que de esta manera pueda llegar directamente a las asociaciones y/o cooperativas. El experto Sancho (2022) comparte una idea parecida a la de esta última, los intentos del Estado de apoyo han sido limitados debido principalmente a su desconocimiento en el tema, tal como señala:

“El Estado quería generar o crear 6 nuevas marcas de cacao en una región pequeña de la selva peruana, en donde no existe diferenciación de producto, lo cual es muy destructivo para el producto, son muy de corto de plazo y sin ningún interés real de mejora. El Estado sólo desea demostrar que la inversión se ha realizado en algo, sin importarle mucho el daño que este puede generar” (Sancho, 2022).

Asimismo, Ayllón (2022) menciona que dentro del MIDAGRI, existe una dirección que se llama Dirección de Asociatividad y Desarrollo Empresarial, que se dedica a velar por la asociatividad y cooperativismo agrario. Además, se tiene el Ministerio de la Producción que vela por todo tipo de cooperativas independientemente de si son agrarios o manufactureros. Pese a todo esto, el experto señala que el apoyo no debe ser dirigido exclusivamente a la creación de asociaciones y cooperativas alrededor del Perú, sino lograr el mantenimiento de de las mismas brindándoles capacidades a la organización, lo cual se traduce en un crecimiento en sus exportaciones y su viabilidad se mantiene.

En síntesis, el Estado brinda el apoyo referente a la asociatividad, pero la mayoría de expertos (miembros de asociaciones y/o cooperativas) concuerdan en que no está bien

enfocado el apoyo y promoción, esta entidad no brinda una sostenibilidad que se necesita para mantenerse en el comercio internacional.

Para Prada (2022) el Estado ha generado programas con el fin de ayudar a crecer o fomentar el cooperativismo, pero también resalta que si bien estos son gestionados con el objetivo principal de apoyar a las asociaciones, va a depender mucho de cómo estas aprovechan esto. Por otro lado, Loayza (2022) difiere de esta apreciación y considera que el Estado no ha ayudado lo suficiente pese a que el cacao se encuentra dentro de la lista de cultivos que el Estado tiene como prioridad para brindar apoyo. En adición, tanto Loayza (2022) como Prada (2022) coinciden que el Estado si ha proporcionado apoyo en cuanto a la promoción de la asociaciones, lo cual no sólo ha beneficiado a las grandes asociaciones, sino que, han aparecido nuevas que antes no figuraban en la lista, lo cual demuestra que cada vez son más los productores que se organizan para generar una asociación y sacar provecho a esto.

***5.1.4.4 Resultado de acuerdo a las entrevistas respecto al objetivo específico 3:
“determinar el efecto de los recursos y habilidades generados por la asociatividad en la internacionalización de la oferta exportable de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020”.***

Para el desarrollo de este objetivo se plantearon 5 preguntas para explicar el impacto de los recursos y habilidades producto de la asociatividad en la competitividad de las exportaciones. Según la Figura 23, los recursos y habilidades son explicadas por los expertos mediante las categorías: recursos tecnológicos, financiamiento, nuevos aprendizajes, proceso productivo y accesibilidad en el extranjero. En las siguiente líneas se explicará la relación de estas categorías con los recursos y habilidades, con el fin de darle respuesta al objetivo específico 3.

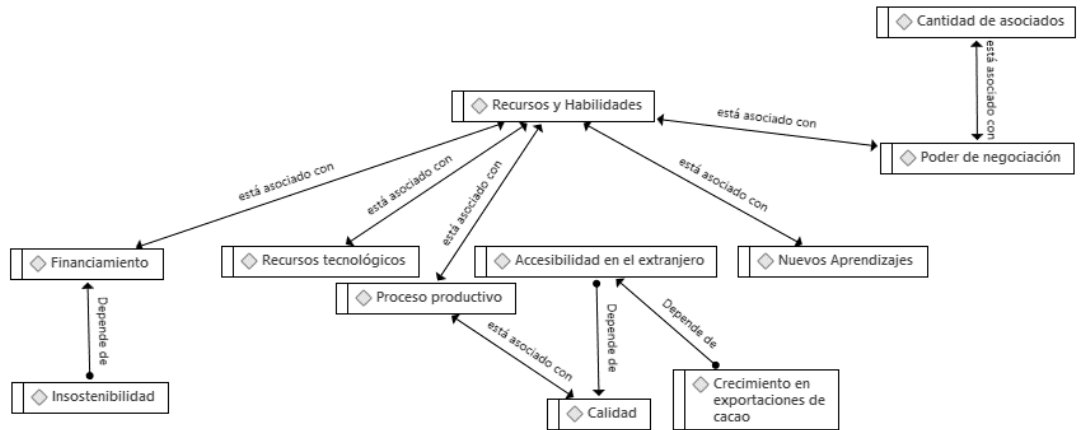


Figura 23. Red de categorías de los recursos y habilidades. Adaptado de “Programa Informático Atlas.Ti ”, Atlas.Ti, 2022.

Según Jaramillo (2022), la asociatividad le ha permitido acceder a financiamiento internacional con tasas cómodas, sumado a esto, está presente el programa “Reactiva Perú” que permitió acceder a este crédito para iniciar su proceso de internacionalicen y mantenerlo sostenible en el tiempo. Las respuestas de Esquivel (2022) coinciden con este último, la experta señala que debido a la asociatividad, existe un mayor capital que les permite acceder a financiamiento. De esta manera pueden administrar sus recursos, producir de acuerdo a los pedidos internacionales y comercializar.

De acuerdo a Ayllón (2022), la asociatividad permite mejorar el financiamiento para las asociaciones. Mediante esta adquisición de recursos financieros, se puede adquirir mayor cantidad de insumos o materiales para la producción. Por otro lado, en el tema tecnológico, se puede contar con herramientas de optimización de procesos para las organizaciones, tales como software. Asimismo, Esquivel (2022) señala que tiene acceso al proyecto “Innovate”, el cual les permite acceder a mejorar tales como: laboratorio, calidad y valor agregado para las asociaciones y/o cooperativas. La experta manifiesta que a niveles de procesos, la tecnología ayuda a mejorar la productividad y la calidad del producto, por otro lado, el financiamiento les permite comprar cacao y comercializarlo posteriormente.

Según Jaramillo (2022), estos recursos y habilidades generaron un efecto positivo en las exportaciones de cacao, asimismo, se genera consumo interno debido a la tecnología e investigación que se desarrolla. Por otro lado, el experto cuestiona la viabilidad de una empresa exportadora, como se observa en lo siguiente:

“También hay que analizar las exportaciones, está bien que genere divisas, pero una organización que exporta es realmente rentable?. Como empresa se busca generar ingresos, y no necesariamente las exportaciones son una salida para ello. En tema de tecnología, es poco o prácticamente nada lo que se ha avanzado para las exportaciones” (Jaramillo, 2022)

Asimismo, Sancho (2022) señala que en temas de recursos financieros, el Estado ha apoyado a los productores, facilitándoles la exportación de cacao y demás productos. Esta ayuda fue realizada por personas de PromPerú con el objetivo concreto de ayudar a estas personas con todo lo que implicaba el proceso de exportación, sumado a esto, apoyaron en la consistencia de exportación, estos productores solo exportaban 1 vez al año y para que sean sostenibles en el tiempo se le debe dar seguimiento.

En tema netamente de experiencia exportadora, Jaramillo (2022) señala que la asociatividad le abre varias oportunidades para obtener conocimiento sobre comercio exterior. Concretamente el Ministerio de Producción y Ministerio de Comercio Exterior brindan capacitaciones, programas destinados a la obtención de conocimientos de exportación (Incoterms, costos, logística). Asimismo, Esquivel (2022) plantea ideas similares al respecto, como cooperativa, ellos reciben capacitaciones continuas de parte de PromPerú y del gobierno regional, sin embargo, esta ayuda no es exclusiva para asociaciones y/o cooperativas, es para el público en general, lo que conlleva a una estandarización de las capacitaciones recibidas.

Sancho (2022) afirma que la asociatividad ha logrado una obtención de mayor conocimiento de exportación por parte de los productores y agricultores. En el caso específico de Kemito-Ené, el experto señala lo siguiente:

“Si considero que si ha logrado obtener un mayor conocimiento producto de la asociatividad, y este fue el tener una mayor diferenciación para poder ingresar a más mercados internacionales, porque el cacao de Kemito está manejado con más y mejores procesos orgánicos, debiendo a que están involucrados los mismos pobladores ashánincas quienes son los que entienden mejor de la calidad del producto; y a su vez los compradores internacionales entienden que el precio que pagan está sustentado en el no solo la calidad sino en el símbolo de lucha que representan los agricultores, debido a todas las amenazas externas a las que tuvieron que enfrentarse durante tanto tiempo” (Sancho, 2022)

Por otro lado, Ayllón (2022) establece que la asociatividad básicamente apoya en la adquisición de insumos mas baratos para que los productores pequeños puedan competir con buenos precios en el mercado internacional, de esta manera estas personas pueden manejar las negociaciones de precio de una mejor manera de acuerdo a sus necesidades.

Tocando el tema de proceso productivo para estas organizaciones, Jaramillo (2022) señala lo siguiente:

“De todas manera, cuando estas organizado se abren ventanas tanto de cooperación internacional, como proyecto a nivel nacional que se abren y tu puedes participar, tales como: Pro Innovate, Agroideas, Agrorural, el programa Ruta Exportadora, y que no solamente vienen del Estado, sino de la cooperación internacional” (Jaramillo, 2022).

Para Esquivel (2022), el tema de productividad es apoyado enormemente por la asociatividad. Mediante esta herramienta, se puede acceder a mejores precios para que todo el proceso productivo sea mas rentable y se mejore cada proceso individualmente. Una

ventaja adicional que menciona la experta son las ferias internacionales, las cuales permiten realizar ventas y enlazar lazos, tal como menciona:

“Como grupo te permite acceder a mejores precios y negociaciones para adquirir tecnologías y así mejorar la productividad y la comercialización. Como cooperativa se accede a ferias internacionales para hacer las ventas y así mejorar todo el proceso en campo, almacenes, proceso de embalaje y logístico siendo una cadena” (Esquivel, 2022).

De acuerdo a Sancho (2022), el proceso productivo es ampliamente mejorado gracias a la asociatividad, sin embargo, esta debe estar bien gestionada para poder obtener altos estándares de calidad, asimismo, cada uno de los involucrados de la cadena de producción del cacao deben velar por el cumplimiento de estos estándares de calidad, en el caso en específico de Kemitto-Ené, si estas personas no cumplen los estándares son retirados de la empresa, para esto, el experto menciona lo siguiente:

“Es por ello, que el tener las reglas claras te va a hacer mucho más consistente y tu producto cacao será de mayor calidad” (Sancho, 2022)

Gracias a la asociatividad, los productores y/o agricultores pueden incrementar su cantidad de hectareas de producción en gran medida y por consiguiente, tener mejores procesos productivos (Ayllón, 2022).

Esquivel (2022) plantea que estos factores son fundamentales y van de la mano con las nuevas exigencias que van apareciendo en el mercado internacional, así como con el tema de calidad y el tema orgánico. En síntesis para la experta, el tema financiero es fundamental para adquisición de insumos y ejecución de todo el proceso productivo, por otro lado, la tecnología funciona como mejora en toda la cadena exportadora. Por su parte, Jaramillo (2022) tiene ideas que siguen el mismo concepto:

“Se necesita conocer el mercado internacional para ingresar en primer lugar, y luego para mantenerse hay que ser competitivo en el tiempo, y mediante las herramientas que

brinda el Estado para las asociaciones y cooperativas, se puede exportar continuamente y mantenerse rentable” (Jaramillo, 2022).

Siguiendo la lógica de los recursos y habilidades, Sancho (2022) detalla lo siguiente:

“En Kemito se preocupan por capacitarte en aspecto técnicos a los propios asociados y desde el principio se dan talleres con el fin de mejorar el proceso de producción y de calidad del producto” (Sancho, 2022).

De acuerdo a Ayllón (2022), los recursos y habilidades han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020, debido a que una asociación que se encuentra en constantes capacitaciones, los procesos de producción y estandarización de calidad van a ir mejorando gradualmente, y por consiguiente, las exportaciones aumentarán.

Según Jaramillo (2022) el aprendizaje compartido es importante y fundamental con respecto a los procesos que se deben de seguir en la línea de producción; el experto afirma que:

“En pequeñas asociaciones se tiene que hacer de todo, entonces eso abre la oportunidad de, por ejemplo, un contador sepa el tema de logística, exportaciones y ayuda a llevar el tema de negocios internacional, mediante la participación de programas y cursos para el desarrollo de sus habilidades” (Jaramillo, 2022).

Esquivel (2022) considera que el tema de las capacitaciones depende enteramente de cada asociación y/o cooperativa, y de cómo cada una lo aborde para poder brindarlo a sus trabajadores.

Por otro lado, Sancho (2022) explica que los programas de capacitación cuando son constantes y desde un inicio, ayudan a mejorar los procesos y la adquisición de experiencia para con el producto y el mercado, haciendo mucho más eficiente a la cooperativa.

Para Loayza (2022) el financiamiento para productores pequeños es complicado, dado que no es tan fácil que estos puedan acceder; sin embargo, si es que estos se encuentran dentro de una asociación y cuentan con un contrato de exportación, entonces hay ciertos bancos internacionales que otorgan estos préstamos. Asimismo, considera que es importante que se cuente con estos recursos tecnológicos y financieros, debido a que sino sería casi imposible aumentar su productividad. Por otro lado, el entrevistado considera, que la asociatividad ha sido importante para poder transmitir conocimientos administrativos y de cómo dirigir una asociación, lo cual se traduce en mejores procesos de cosecha, procesamiento, entre otros; además, considera que en los temas de capacitación de personal el Estado debería de intervenir; sin embargo, esto no ocurre, y al final termina en las manos de los mismos dirigentes de estas organizaciones.

Prada (2022) considera que la asociatividad sí ha permitido que se genere una mayor adquisición de recursos tanto financieros como tecnológicos, lo cual es traducido en una mayor capacidad productiva. Asimismo, el entrevistado considera que, producto de esta asociatividad, los conocimientos de exportaciones recaen en los dirigentes de estas organizaciones, debido a que son los mismos que se dedican a la producción y logística. En adición, considera que estos recursos y habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para que las exportaciones de cacao y sus derivados aumenten.

5.1.5 Validación de resultados cualitativos.

5.1.5.1 Respecto a la hipótesis general: “la competitividad tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”.

Los resultados obtenidos en este apartado pueden ser comparados con resultados de otros trabajos de investigación que sirvieron como antecedentes para el capítulo I, como los siguientes:

De acuerdo a Ochoa e Infante (2021), se desarrolló un enfoque cualitativo y cuantitativo, las conclusiones del primero apuntan a que la asociatividad genera un efecto positivo en las exportaciones de uvas frescas (lo cual es un producto agrícola de igual manera que el cacao) porque permite aumentar volúmenes de producción, lo cual no se podría concretar siendo pequeños productores individuales. Estas conclusiones, coinciden con las respuestas de los entrevistados referente a que la asociatividad permite que los agricultores y productores pequeños de Junín tengan oportunidad de ser mas competitivos mediante las exportaciones de su producto cacao.

Por otro lado, Moscoso y Rodriguez (2020), concluyen de que una gran cantidad de agricultores inician su proceso de internacionalización con las exportaciones, porque consideran de que pueden llegar a ser mas competitivos localmente y por consiguiente en el extranjero. Este punto se relaciona directamente con los resultados del analisis cualitativo, puesto que se menciona en repetida veces por los expertos, que la unica manera de que una persona, ya sea productor, agricultor o acopiador, pueda internacionalizarse es mediante la mejora de su competitividad en las exportaciones, lo cual se entiende como el primer paso para tener presencia internacionalmente.

Según las conclusiones del *paper* de Bezus y Bilotkach (2018), el camino hacia el éxito en este tipo de agronegocios no es fácil, debido a diversos riesgos: el riesgo de insatisfacción con las expectativas de todos los miembros de la cooperativa, el riesgo de cálculo no óptimo del tiempo de implementación del proyecto, el riesgo de no poder competir con los grandes productores agrícolas, el riesgo de arruinar la tecnología de cultivo y procesamiento de productos orgánicos en períodos de crisis, etc. Todos estos puntos afectan a la competitividad que pueden desarrollar los pequeños agricultores/productores. Tal como señalan los expertos del análisis cualitativo de la presente investigación, las asociaciones y cooperativas llegan a ser mas competitivas si

cuentan con una mayor cantidad de asociados, porque generan poder de negociación y pueden mejorar conjuntamente sus procesos, y por consiguiente, las exportaciones a largo plazo.

De acuerdo a los hallazgos del *paper* de Brache y Felzensztein (2018), un mayor compromiso con las asociaciones comerciales ubicadas en el mercado de exportación de la empresa tiene un efecto positivo en el desempeño de las exportaciones. Estas afirmaciones coinciden con los aportes de los expertos, estos últimos señalan que la cooperación entre empresas que usan la herramienta de la asociatividad, es fundamental para el correcto desarrollo de sus exportaciones, de esta manera las asociaciones/cooperativas pueden aumentar su capacidad productiva y ser mas competitivas en el extranjero, porque manejarían mayores cantidades de productos para un mercado tan demandante como es el internacional.

Según el trabajo de investigación de Canaza (2014), la autora concluye que la asociatividad en un medio que afecta positivamente a las exportaciones de grano de quinua. Además, se concluye de que la asociatividad mejora la competitividad del productor rural, con indicadores medibles tales como: la confianza y la capacidad de gestionar los procesos. De la misma manera, los resultados del análisis cualitativo del presente trabajo apuntan a que mediante la asociatividad, la precaria competitividad que existe a nivel rural en las zonas de producción, se ve mejorada y evidenciada en el incremento de exportaciones que se han generado a lo largo de los años en este tipo de zonas. Por lo tanto, los hallazgos cualitativos coinciden con las conclusiones de la tesis de Canaza.

De acuerdo a las conclusiones del *paper* de Lozano (2010), las empresas que participan de la asociatividad desarrollan compromiso, seriedad y convicción, lo cual se ve contrastado con sus limitaciones, tales como el pobre acceso a tecnología y el apoyo

financiero que pueden recibir. Esto a su vez les impiden ser competitivos en temas de precios, sin embargo, con el esquema de la asociatividad, pueden permitirse optar por precios mas competitivos, y por consiguiente, ser mas competitivos en el mercado internacional y lograr presencia. Un experto entrevistado para el presente trabajo de investigación señaló que la competitividad de las exportaciones de cacao, viene de la mano con el poder de negociacion de precios que logra tener una empresa al asociarse. Esto evidencia una relación directa de los resultados obtenidos del analisis cualitativo con los resultados del *paper* de Lozano, debido a que se busca, principalmente, que la competitividad sea una consecuencia positiva de la asociatividad.

Según las conclusiones de Narváez, Fernández, Gutiérrez, Revilla y Pérez (2009), se propone a la competitividad como una razón para emprender la asociatividad. Además, se necesita proponer estrategias que permitan construir relaciones de cooperación, que aparten los conflictos que pueden aparecer y hacerle frente a la competencia que existe en los mercados internacionales. Estas conclusiones se relacionan con los hallazgos del presente análisis cualitativo, puesto que los expertos señalaron que, para la existencia de competitividad mediante la asociatividad, es necesario de trabajar conjuntamente para competir al mismo nivel que las grandes empresas que tienen mucha presencia internacional.

5.1.5.2 Respecto a la hipótesis específica 1: las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020 tuvieron un efecto positivo en la participación de mercado.

De acuerdo a Liendo y Martínez (2001), la asociatividad permite afrontar los cambios estructurales eficientemente en el tiempo, de esta manera las fortalece para que puedan llegar a ser más competitivas y tengan presencia en el mercado internacional. De la misma manera, el presente análisis cualitativo dio como resultado que las asociaciones mejoran su

participación en el mercado local al inicio y luego presentan participación en mercados extranjeros producto de la asociatividad. Esto debido a que se obtiene un mayor poder de negociación y se abren nuevos caminos de exportación.

Según Mínguez (2010) en su *paper*, concluye que para acceder a mercado internacionales y tener participación en estos, es necesaria una colaboración interempresarial, en este caso la asociatividad. De esta manera se logra una sinergia al compartir los riesgos y costes de la participación en mercados internacionales, esta construcción de sinergia constituye una herramienta útil para la internacionalización de las PYMES, especialmente en la etapa de posicionamiento en el exterior. Los expertos entrevistados de la presente investigación señalaban la ayuda que representaba la asociatividad para los pequeños agricultores, mediante esta podían llevar su producto al mercado internacional mejorando su producto mediante la mejora de procesos.

5.1.5.3 Respecto a la hipótesis específica 2: la promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao en la región de Junín en el periodo 2015-2020.

Según Fernández y Loayza (2020), el efecto mas significativo, producto de la asociatividad, es aumentar la oferta exportable para llegar a las demandas del mercado internacional. Pese a que las asociaciones/cooperativas presenten obstáculos y barreras, esto no representa un limitante para su crecimiento, porque lo limita en un mínimo. Estas afirmaciones de los autores no van acordes con las respuestas de los entrevistados, puesto que estos últimos señalan que las barreras para el producto cacao han ido aumentando con el pasar del tiempo, siendo más estrictos en términos fitosanitarios para el mercado internacional.

De acuerdo a los hallazgos del paper de Brache y Felzensztein (2018), los programas los programas gubernamentales deben enfocarse en la creación y desarrollo de redes

compuestas por asociaciones gremiales locales, asociaciones de comerciao ubicadas en los mercados de exportación y empresas locales. Asimismo, se debería crear un centro de información centralizado en cada país para proporcionar información de contacto de representantes clave de asociaciones comerciales en países anfitriones con alta demanda de los productos del país. Este hallazgo no se evidencia con los obtenidos por los expertos referente a temas de la promoción del Estado. En las entrevistas a los expertos para la presente tesis, ellos resaltaban la precariedad del apoyo del Estado, que si bien es cierto crea programas de ayuda, no logra aplicarlos eficientemente en las asociaciones/cooperativas. Además, según el paper, los gobiernos deben asignar recursos a la promoción de eventos que reúnan a empresas locales y asociaciones comerciales ubicadas en su mercado de exportación. Eso podría lograrse organizando ferias comerciales a nivel local donde las empresas podrían cubrir parte del costo de traer asociaciones comerciales de sus mercados de exportación, mientras que una parte sustancial de dicho costo es cubierta por el gobierno. De acuerdo a las respuestas de los expertos, el Estado promueve la asociatividad, pero no la reunión de las empresas asociadas con el fin de intercambiar opiniones.

Según el trabajo de investigación de Fernández y Loayza (2020), los programas gubernamentales del Estado que apoyan la asociatividad, no generan un efecto en la oferta exportable de café orgánico en la selva central, por lo que no influyen en el aumento de exportaciones. De acuerdo a las respuestas de los entrevistados, se encuentra una similitud sobre la postura hacia el apoyo del Estado en la asociatividad, dado que en las entrevistas se evidencia que las asociaciones y/o cooperativas no reciben un apoyo significativo para mejorar su competitividad por parte del Estado en forma de programas destinado a las asociaciones. Por otro lado, las reformas o leyes destinadas a la asociatividad significan un fracaso a largo plazo.

Según Mínguez (2010) en su paper, las políticas públicas destinadas a la promoción de la asociatividad tratan de formar, asesorar y financiar a los actores que planean formar una asociación. Sin embargo, estas PYMES indican que las acciones del Estado son lentas, ineficientes y mal enfocadas, además, el tema de la burocracia genera un desánimo por parte de ellos de participar en el apoyo del Estado. De la misma manera, se puede observar una tendencia a criticar el apoyo en promoción de la asociatividad por parte del Estado, puesto que según los resultados del análisis cualitativo de la presente tesis, el Estado es ineficiente para desarrollar programas o reformas aplicables y duraderas en el tiempo, puesto que opta por crear cantidad de asociaciones y no enfocarse en aglomerar a varias en una sola.

5.1.5.4 Respecto a la hipótesis específica 3: Los recursos y habilidades generados por la Asociatividad tuvieron un efecto positivo en la internacionalización de la oferta exportable de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020.

Según las conclusiones de la tesis de Canaza (2014), el productor no asociado tiene una clara desventaja frente al que sí está asociado, debido a que no tiene información técnica, no tiene acceso a un tipo de semilla certificada internacionalmente, no tiene tecnología para su producción, perdiendo calidad y competitividad frente al productor asociado. Asimismo, la asociatividad le permite al productor lograr certificaciones, estándares de calidad, ser capaz de gestionar, financiamiento. Todas estas conclusiones remarcan la importancia de la asociatividad a nivel de recursos y habilidades, tal como señalan los entrevistados del presente trabajo de investigación, estos últimos indican que el aporte más importante de la asociatividad para estos pequeños agricultores/productores es el acceso a recursos y habilidades propias de la asociatividad, puesto que sin esta herramienta, no podrían mejorar sus procesos y ser más competitivos mediante la facilitación de exportación.

De acuerdo a las conclusiones de Gómez (2020) en su paper sobre la asociatividad en Bogotá, señala que, fruto de su análisis cualitativo, las políticas del Estado no generan estrategias reales en el tiempo para la asociatividad, puesto que los actores prefieren actuar de manera individual que en conjunto. Esto quiere decir que el tema de cooperación no está presente en el pensamiento de los productores rurales. Esta mala gestión del Estado para estos temas se menciona por los expertos entrevistados para la presente investigación, debido a que estos señalaban que el Estado no genera programas de cooperación que perduren en el tiempo, sino que busca crear la mayor cantidad de asociaciones y/o cooperativas en una zona, sin importar la individualidad de cada una, lo que conlleva a que estas desaparezcan rápido en el tiempo.

Según Moscoso y Rodríguez (2020), las asociaciones no tienen una buena capacidad para identificar oportunidades de mejora en procesos para ser más competitivos, por lo que optan por instituciones del Estado y privadas para acceder a información real sobre exportaciones. Sin embargo, estas conclusiones no van acorde a lo obtenido de las entrevistas, dado que los expertos señalaron que el Estado está muy retrasado en temas de internacionalización, y que estas asociaciones preferían que el Estado trabaje de manera apartada a las actividades de la asociación, además, de que actualmente sienten que no se está ayudando a reducir las barreras que tienen estas asociaciones para ingresar al mercado europeo.

De acuerdo a la tesis de Paredes y Quispe (2020), mediante las entrevistas, se indicó que el acceso al financiamiento afecta a la asociatividad empresarial, los artesanos al asociarse obtienen un mayor poder de negociación con bancos para acceder a créditos y/o préstamos. Esto coincide con los expertos de asociaciones entrevistadas, estos señalaron que es mucho más fácil acceder a financiamiento cuando se está asociado porque las instituciones bancarias toman más en consideración a estas asociaciones.

5.2 Análisis Cuantitativo: Encuestas

Se realizaron encuestas a las 15 asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en la región Junín. Se utilizó esta cantidad de encuestas, dado que a través del modelo factorial, se identifican los perfiles de cada actor por los puntajes de los componentes. Debido a esto, se limitó el análisis cuantitativo a las únicas 15 empresas que operan bajo la asociatividad en la región Junín, porque se necesitan las respuestas de estas organizaciones en particular, y no de otros actores con características distintas. Se contactaron a las asociaciones seleccionadas en el Capítulo III mediante correo, donde se incluyó el link de la encuesta. Algunas que no lograron contestar a los correos, fueron contactadas directamente mediante llamada telefónica, indicando que nos brinden su apoyo llenando la encuesta. La estructura de la encuesta y el método de contacto de estas se encuentra en el apartado de Anexos.

Esta información ha sido analizada mediante la herramienta de *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), siguiendo el análisis factorial determinado en el Capítulo III del presente trabajo de investigación. Se utilizará el análisis del modelo factorial para determinar los perfiles más comunes de las asociaciones y/o cooperativas y determinar el impacto de estas variables independientes, que afecta la asociatividad, en las actividades de las asociaciones.

5.2.1 Comprobación de uso del análisis factorial.

De acuerdo a la información de la Figura 24, se observan los siguientes resultados según el análisis factorial.

-Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo: de acuerdo a la Tabla 17, la medida es de 0.643 (por lo tanto, es mayor a 0.5), se justifica la utilización del modelo factorial para este trabajo de investigación.

-Prueba de esfericidad de Bartlett: según la tabla, el valor aproximado de Chi-cuadrado es de 37.204 y el grado de significancia es de 0.114. No es significativo por ser mayor a 0.05 el sig.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.643
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	37.204
	gl	28
	Sig.	.114

Figura 24. Prueba de KMO y Bartlett. Adaptado de “Programa Informático *Statistical Package for the Social Sciences*”, SPSS, 2022.

5.2.2 Determinación del número de componentes.

Después de validar el uso del análisis factorial, se determina la cantidad de componentes, los cuales, mediante el criterio del porcentaje de varianza y criterio de sedimentación, explican el problema principal.

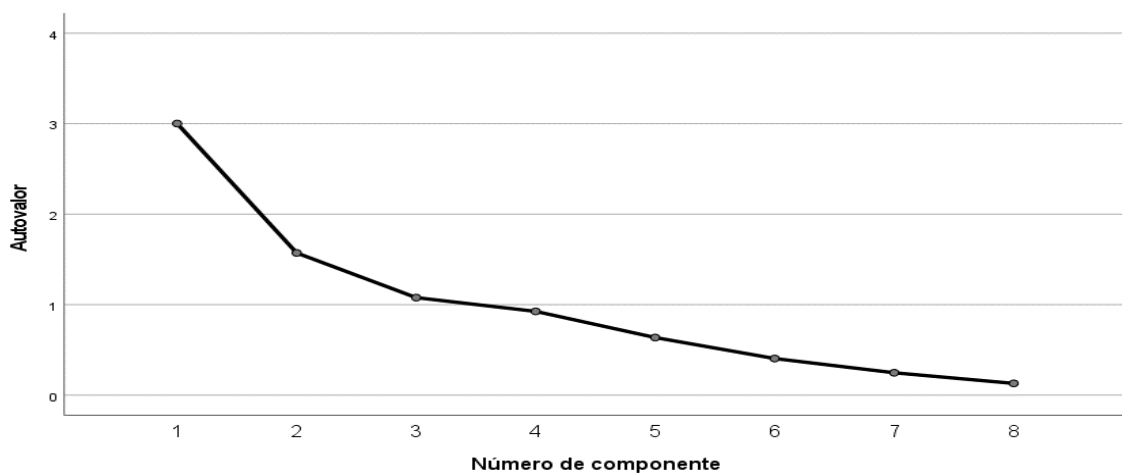


Figura 25. Gráfico de sedimentación. Adaptado de “Programa Informático *Statistical Package for the Social Sciences*”, SPSS, 2022.

-Criterio de sedimentación: De acuerdo a la Figura 25, se determina que, resultado de la extracción, existen 3 componentes capaces de superar a la unidad (>1). En otras palabras, para la presente tesis, se aprecian 3 perfiles que resumen las variables. La selección de

estos 3 perfiles observados en el gráfico, son explicados a continuación mediante la interpretación de la tabla de la varianza total explicada.

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3.002	37.526	37.526	3.002	37.526	37.526	2.991	37.394	37.394
2	1.572	19.654	57.180	1.572	19.654	57.180	1.431	17.885	55.279
3	1.078	13.481	70.661	1.078	13.481	70.661	1.231	15.382	70.661
4	.926	11.581	82.241						
5	.637	7.965	90.206						
6	.405	5.065	95.271						
7	.248	3.100	98.371						
8	.130	1.629	100.000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Figura 26. Varianza total explicada. Adaptado de “Programa Informático *Statistical Package for the Social Sciences*”, SPSS, 2022.

-Porcentaje de la varianza total explicada: De acuerdo a la Figura 26, los 3 componentes seleccionados explican el 70.661% del total de la varianza. En otras palabras, estos 3 perfiles llegan a representar el gran porcentaje de 70.661% del problema principal.

En conclusión, según el criterio de sedimentación y varianza total explicada, se establece la existencia de 3 perfiles de acuerdo a las variables y su relación.

5.2.3 Interpretación de resultados.

Para este punto, se utilizará la matriz de coeficiente de puntuación de componente, tomando en consideración el peso de cada variable por perfil.

Tabla 23

Matriz de coeficiente de puntuación

	Componente		
	1	2	3
Los mercados destino de las exportaciones de cacao fueron más accesibles debido a la asociatividad durante el periodo 2015-2020 en la región Junín	-0.157	0.236	0.289
Las habilidades en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, exportación) obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín	0.052	-0.194	0.755

El número de asociados influye en tener una mayor participación en el mercado internacional para el producto cacao	-0.217	0.102	0.311
El conocimiento del proceso de exportación obtenidos por la asociatividad tuvo un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín	0.06	0.566	0.003
Los recursos financieros y tecnológicos obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín	-0.044	0.538	-0.205
La promoción de la asociatividad por parte del Estado ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín	0.289	0.087	0.201
El Estado ha invertido lo suficiente para promocionar la asociatividad en la región Junín.	0.295	0.043	0.059
El Estado ha desarrollado e implementado con éxito programas de capacitación para las asociaciones y/o cooperativas.	0.292	-0.028	-0.03

Nota: Se ha realizado el análisis de las preguntas del cuestionario en base a los componentes y perfiles.

Adaptado de “Programa Informático Statistical Package for the Social Sciences”, SPSS, 2022.

De acuerdo a los resultados obtenidos del programa SPSS, en la Tabla N°19, la Matriz de Coeficiente de Puntuación indica que se obtuvieron 3 perfiles de asociaciones/cooperativas según las respuestas que se obtuvieron de las encuestas. A continuación se analizará cada perfil con sus altos componentes:

5.2.3.1 Interpretación perfil N°1.

De acuerdo a la Tabla N°23, se puede apreciar que el primer perfil/componente está explicado por las siguientes variables. Con el puntaje mayor de 0.295, se tiene la inversión por parte del Estado para promocionar la asociatividad. En segundo lugar, con un puntaje de 0.292, se tiene la implementación de programas de capacitación para las asociaciones. Finalmente, en tercer lugar se tiene, con un puntaje de 0.289, la promoción de la asociatividad por parte del Estado y su relación con las exportaciones de cacao.

Finalmente, para la pregunta de la encuesta que se refiere a si la promoción de la asociatividad por parte del Estado ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao, se puede observar que un porcentaje elevado de los encuestados no estuvieron ni acuerdo o desacuerdo ante esta afirmación.

5.2.3.2 Interpretación perfil N°2.

De acuerdo a la Tabla N°23, se puede apreciar que el segundo perfil/componente está explicado por las siguientes variables. Con el puntaje mayor de 0.566, se tiene el conocimiento del proceso de exportación obtenidos por la asociatividad. En segundo lugar, con un puntaje de 0.538, se tienen los recursos financieros y tecnológicos obtenidos por la asociatividad. Finalmente, en tercer lugar se tiene, con un puntaje de 0.236, los mercados destinos de las exportaciones de cacao. Estas asociaciones exportadoras basan su potencial de mercado en los recursos y habilidades que desarrollan producto de la asociatividad.

5.2.3.3 Interpretación perfil N°3.

De acuerdo a la tabla N°23, se puede apreciar que el tercer perfil/componente está explicado por las siguientes variables. Con el puntaje mayor de 0.755, se tienen las habilidades en el proceso productivo obtenidos por la asociatividad. En segundo lugar, con un puntaje de 0.311, se tiene el número de asociados. Finalmente, en tercer lugar se tiene, con un puntaje de 0.289, los mercados destinos de las exportaciones de cacao. Esto quiere decir que este perfil de asociación desarrolla sus actividades en base a la participación de mercado y, por otro lado, basa su potencial de mercado en los recursos y habilidades que desarrollan producto de la asociatividad.

5.2.4 Validación de resultados cuantitativos.

5.2.4.1 Validación de hipótesis específica 1.

Sobre la hipótesis específica 1: “Las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020 tuvieron un efecto positivo en la participación de mercado.” Se desarrollaron 2 preguntas relacionadas a esta hipótesis para los encuestados, las cuales son:

-El número de asociados influye en tener una mayor participación en el mercado internacional para el producto cacao.

-Los mercados destino de las exportaciones de cacao fueron más accesibles debido a la asociatividad durante el periodo 2015-2020 en la región Junín.

Para para primera pregunta, de acuerdo a la Tabla N°23, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.311. Por otro lado, para la segunda pregunta, de acuerdo a la Tabla N°19, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.289. En ambos casos estos puntajes de la Matriz de coeficiente de puntuación son los más altos y pertenecen al perfil de asociación/cooperativa N° 3. Es decir, la hipótesis específica 1 se valida con el perfil de asociación n°3, el cual basa su potencial de mercado en los recursos y habilidades que desarrollan producto de la asociatividad.

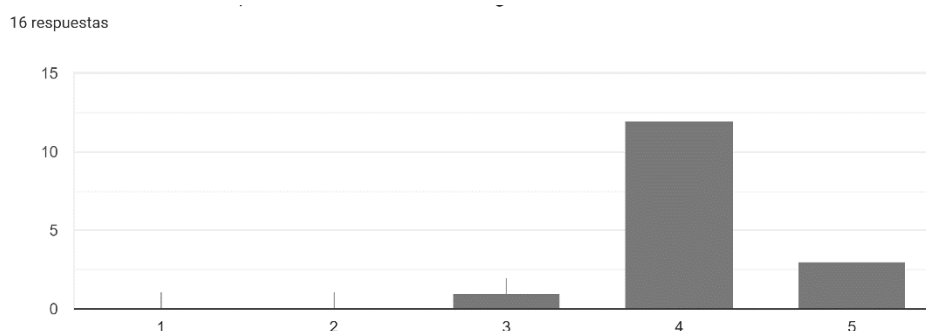


Figura 27. Los mercados destino de las exportaciones de cacao fueron más accesibles debido a la asociatividad durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

De acuerdo a la información recogida, que los mercados de destino para las exportaciones de cacao fueron más accesibles debido a la asociatividad.

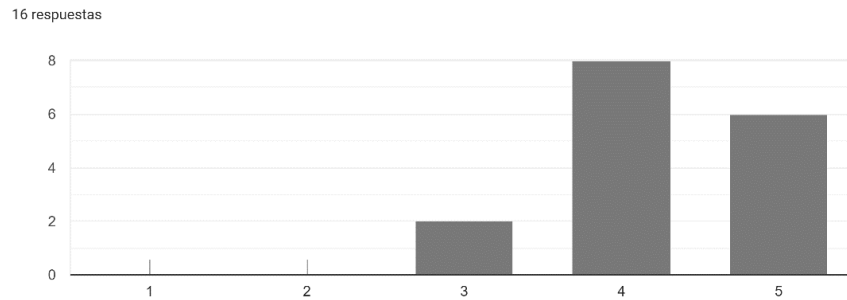


Figura 28. El número de asociados influyen en tener una mayor participación en el mercado internacional para el producto cacao. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

Finalmente, para la pregunta sobre si la cantidad de asociados influye en tener una mayor participación en el mercado extranjero. Los encuestados concordaron que en efecto si es importante el tener un número elevado de participantes en estas cooperativas/ asociaciones, esto les permite obtener mayor poder de negociación y alcance a nivel internacional.

-Comparaciones con antecedentes

De acuerdo con Moscoso y Rodríguez (2020) los cuales siguieron un enfoque mixto, obtuvieron datos de diversas cooperativas y asociaciones en el que su nivel de confianza fue del 99% con referencia a las capacidades dinámicas de la organización y las capacidades individuales. Asimismo, al validar su hipótesis, siendo esta: “Las capacidades dinámicas de la organización influyen positivamente en el proceso de internacionalización”, dio como resultado que tomando como referencia las entrevistas y encuestas realizadas, la asociatividad se considera un factor importante para poder alcanzar el compromiso requerido para la oferta exportable. Finalmente, en su investigación concluyeron que las asociaciones y cooperativas se han desarrollado mucho a lo largo de los años, lo cual ha impactado positivamente para que incrementen su participación de mercado, sobre todo en el sector del agro. Esta información, es similar a los hallazgos producto del análisis de las respuestas por parte de los expertos, siendo así que estos

concuerdan que un número mayor de asociados genera un impacto positivo en la participación de mercado.

De acuerdo con Fernández y Loayza (2010) pudieron obtener datos sobre la importancia que tiene la asociatividad para la búsqueda y acceso a nuevos mercados, y como además mejorar la intensidad exportadora de las asociaciones/cooperativas. Asimismo, se pudo validar que producto de esta asociatividad el poder de negociación con los clientes pudo ser mejorado en gran proporción, siendo así que un 96.9% de los expertos concuerdan en dicha afirmación, lo cual a su vez genera que las barreras de entrada a nuevos mercados pudieran ser disminuidas y generando mejores relaciones internacionales. Lo anteriormente mencionado es relevante para esta investigación, debido a que los datos recopilados de los expertos son, en gran medida, similares porque concuerdan con la información que producto del asociarse la organización pudo obtener un mejor resultado en cuanto a la participación de mercado.

De acuerdo con Ramírez y Vergara (2015) las empresas que deciden participar en un grupo asociativo son las que mayormente deciden exportar y ampliar su inserción en el mercado exterior, a su vez producto de la asociatividad les permite evadir los obstáculos que se puedan presentar y enfrentar en conjunto la difícil tarea de exportar. Esto se relaciona con los datos obtenidos mediante los expertos encuestados, siendo así que estos concuerdan que producto de la asociatividad, se puede ampliar la participación de mercado.

5.2.4.2 Validación de hipótesis específica 2.

Sobre la hipótesis específica 2: “La promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao en la región de Junín en el periodo 2015-2020.” se desarrollaron 3 preguntas relacionadas a esta hipótesis para los encuestados, las cuales son:

-La promoción de la asociatividad por parte del Estado ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín.

-El Estado ha invertido lo suficiente para promocionar la asociatividad en la región Junín.

-El Estado ha desarrollado e implementado con éxito programas de capacitación para las asociaciones y/o cooperativas.

Para para primera pregunta, de acuerdo a la Tabla N°19, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.289. Por otro lado, para la segunda pregunta, de acuerdo a la Tabla N°19, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.295. Finalmente para tercera pregunta, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.292. En los 3 casos, estos puntajes de la Matriz de coeficiente de puntuación son los más altos y pertenecen al perfil de asociación/cooperativa N° 1. Es decir, la hipótesis específica 2 se valida con el perfil de asociación n°1, el cual realiza sus actividades en base al apoyo por parte del Estado.

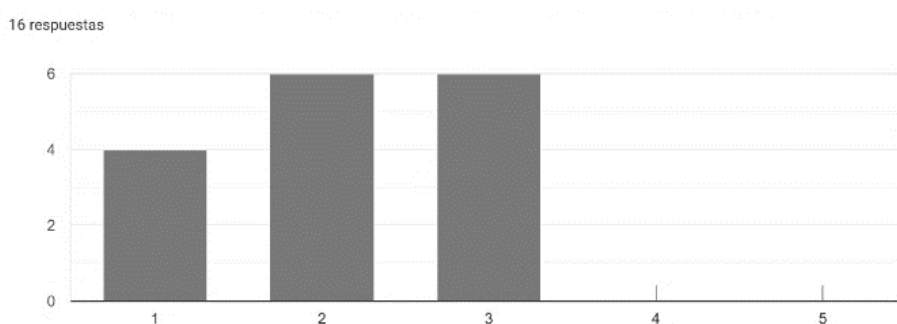


Figura 29. El Estado ha invertido lo suficiente para promocionar la asociatividad en la región Junín.

Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

De acuerdo con las respuestas de los encuestados para la pregunta en referencia a si el Estado ha invertido lo suficiente en promocionar la asociatividad en la region de Junin,

podemos observar que las respuestas en su mayoría son negativas, debido a que los puntajes del 1 al 3 van desde totalmente en desacuerdo a ni acuerdo o en desacuerdo.

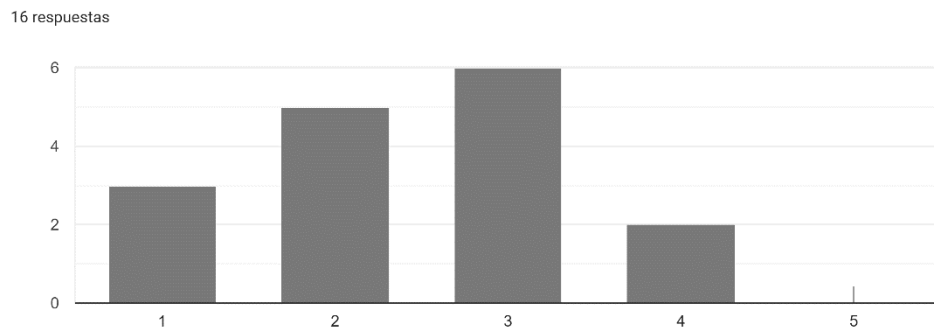


Figura 30. El Estado ha desarrollado e implementado con éxito programas de capacitación para las asociaciones y/o cooperativas. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

Asimismo, para la pregunta sobre si el Estado ha desarrollado o implementado con éxito programas de capacitación para las cooperativas, podemos observar que tan solo un pequeño porcentaje marco que estaba de acuerdo con esta afirmación; sin embargo el resto de los encuestados concordaron en que el Estado no ha desarrollo programas que le sean beneficiosos a las asociaciones.

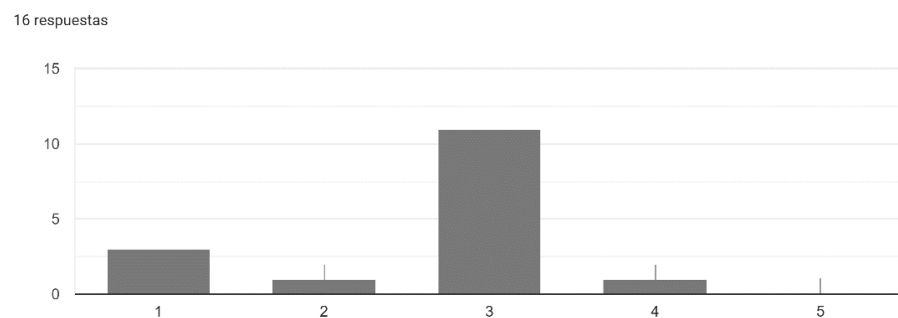


Figura 31. La promoción de la asociatividad por parte del Estado ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

Finalmente, para la pregunta de la encuesta que se refiere a si la promocion de la asociatividad por parte del Estado ha sido fundamental para incrementar las exportaciones

de cacao, se puede observar que un porcentaje elevado de los encuestados no estuvieron ni de acuerdo o desacuerdo ante esta afirmación.

-Comparaciones con antecedentes

Según Mínguez (2010) el cual siguió un modelo de regresión lineal para poder analizar su data, obtuvieron que el Estado como ente político no ha generado el suficiente apoyo o incentivo, sino que muy por el contrario y debido a un exceso de burocracia induce ocasionalmente al desánimo. Según la información recogida de los expertos en esta investigación, se puede llegar a una concordancia con lo anteriormente mencionado; esto porque los participantes mediante sus respuestas están de acuerdo con que el estado no ha generado programas o incentivado lo suficiente la asociatividad, provocando un impacto significativo en el crecimiento de dichas cooperativas.

De acuerdo a Fernández y Loayza (2020) el Estado no ha apoyado lo suficiente o si lo ha hecho este no ha influido lo suficiente para poder aumentar la capacidad productiva de la asociación. Lo anterior es relevante para esta investigación, debido a que, con la data recogida de los expertos, se puede corroborar que en efecto el Estado aún no ha implementado programas que impulsen la asociatividad, ni desarrollado un interés real por que las personas entiendan la importancia de asociarse con otro grupo de personas con el fin ampliar sus beneficios.

Según Oré (2016) obtuvieron resultados significativos de los productores de tapices en la ciudad de Ayacucho, siendo el más relevante que el 80% de los encuestados no tiene conocimiento o considera que el gobierno haya implementado incentivos para poder apoyar a las organizaciones; además que estos no han recibido ningún tipo de capacitación por parte del Estado sobre lo que significa o lo que es la asociatividad, esto concuerda además con la información recogida en esta investigación. Para la pregunta sobre si el Estado ha invertido lo suficiente en promover la asociatividad a los pobladores de la

región de Junín, se obtuvo que un 25% está totalmente en desacuerdo, un 37.5% en desacuerdo; y en el mismo porcentaje al anterior esta ni acuerdo o desacuerdo.

5.2.4.3 Validación de hipótesis específica 3.

Sobre la hipótesis específica 3: “Los recursos y habilidades generados por la asociatividad tuvieron un efecto positivo en la internacionalización de la oferta exportable de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020.” se desarrollaron 3 preguntas relacionadas a esta hipótesis para los encuestados, las cuales son:

Las habilidades en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, exportación) obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín.

-El conocimiento del proceso de exportación obtenidos por la asociatividad tuvo un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín

-Los recursos financieros y tecnológicos obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín

-Para para primera pregunta, de acuerdo a la Tabla N°19, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.755. Por otro lado, para la segunda pregunta, de acuerdo a la Tabla N°19, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.566. Finalmente para tercera pregunta, la prueba que la confirma es el componente de puntaje 0.538. En las 2 últimas preguntas, los puntajes de la Matriz de coeficiente de puntuación son los más altos y pertenecen al perfil de asociación/cooperativa N° 2. Por otro lado, la primera pregunta pertenece al perfil de asociación/cooperativa N°3. Es decir, la hipótesis específica 3 se valida con el perfil de asociación N°2, el cual basa su potencial de mercado en los recursos

y habilidades que desarrollan producto de la asociatividad, y en el perfil de asociación N°3, el cual desarrolla sus actividades en base a la participación de mercado.

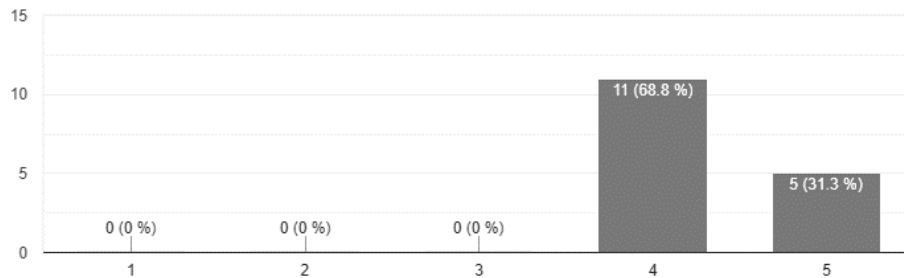


Figura 32. Las habilidades en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, exportación) obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

De acuerdo con los datos obtenidos para la pregunta, si las habilidades en el proceso productivo, obtenidos por la asociatividad tuvieron impacto positivo, podemos concluir que en su mayoría los participantes pudieron estar de acuerdo a que estas habilidades obtenidas son de suma importancia para poder aumentar las exportaciones a mercados internacionales.

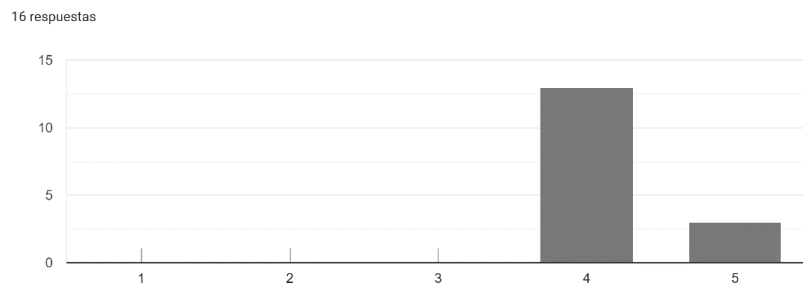


Figura 33. El conocimiento del proceso de exportación obtenida por la asociatividad tuvo un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

De acuerdo a las respuestas de los encuestados sobre la pregunta de si el conocimiento del proceso de exportación obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao; se puede observar que los participantes concuerdan en que si se obtiene un mayor conocimiento del proceso de exportación, este será sumamente beneficioso para poder incrementar las exportaciones.

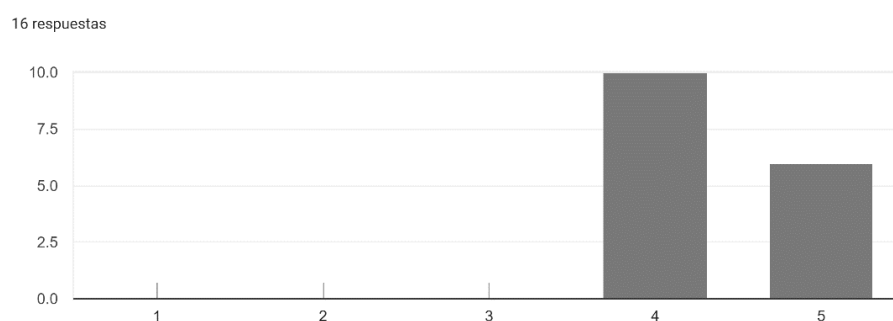


Figura 34. Los recursos financieros y tecnológicos obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín. Adaptado de "Google Forms", Google, 2022.

En adición, se puede observar que los recursos financieros y tecnológicos obtenidos producto de la asociatividad, según los encuestados, han tenido un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020.

-Comparaciones con antecedentes

De acuerdo con Moscoso y Rodríguez (2020) determinaron que la capacidad del gerente para poder liderar e influir a los demás integrantes, es beneficioso para poder generar un cumplimiento de los objetivos, además que la capacidad individual de puede influir en las capacidades dinámicas para beneficio de los intereses de todos los integrantes de la asociación. Esto esta información es comparable con los resultados en esta investigación, debido a que los participantes en las encuestas concordaron que las habilidades en el

procesos productivo obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones.

De acuerdo a Mínguez (2010) la cooperación entre empresas es clave para poder superar las limitaciones para la obtención de los recursos y habilidades de las Pymes; además destacan que las compañías son conscientes del impacto que tiene esta cooperación para la internacionalización y expansión a nuevos mercados. De lo anterior se puede convenir que producto de la asociatividad los recursos tanto financieros como tecnológicos; y habilidades pudieron ser más accesibles para estas cooperativas

Según Paredes y Quispe (2020) determinaron que el acceso a financiamiento producto de la asociatividad tuvo un impacto significativo en las exportaciones de las empresas, esto debido a que como individuos los artesanos requieren de mucha más documentación para poder acceder a este recurso, sin embargo, al contar con el respaldo de una asociación las trabas son disminuidas significativamente. En relación, con este trabajo investigación y la información recopilada, se puede afirmar que la obtención de recursos financieros es menos complicada cuando se es parte de una cooperativa y/o asociación.

5.2.4.4 Comparación de antecedentes con hipótesis general.

-Respecto a la hipótesis general: “La competitividad tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”, los antecedentes utilizados previamente en esta investigación serán empleados para poder comparar los resultados obtenidos de la recopilación de datos por medio de las encuestas realizadas a nuestros expertos:

De acuerdo con el paper de Brache y Felzensztein (2018) , en el que se desarrolló un análisis cuantitativo por medio de encuestas realizadas a expertos durante el periodo del 2015 al 2016, con el fin de obtener información sobre los efectos de la participación de asociaciones en el extranjero y el desempeño de las exportaciones; una de la pregunta más

destacada está relacionada con el nivel de compromiso que tienen las asociaciones ubicadas en el mercado de exportación, obteniendo resultados positivos, como que 6 de los 21 encuestados respondieron que están fuertemente de acuerdo , 5 que están muy de acuerdo y que 4 están de acuerdo. Asimismo, al utilizar un modelo de regresión lineal se obtuvo que no existía un problema de multicolinealidad entre las variables, indicando así que el modelo era efectivo, confiable y valido. Finalmente, se llego a la conclusión que las empresas asociadas tuvieron un impacto positivo en las exportaciones a diferencia de las que no estaban asociadas, también se logró identificar que la incertidumbre ambiental sobre las necesidades de los clientes, lo cual genera una barrera para las empresas puede ser disminuida en gran medida por la asociatividad.

Lo anteriormente mencionado, permitió identificar similitudes con los hallazgos de esta investigación, siendo así que según los expertos encuestados en esta investigación, 12 de los 15 consultados estuvieron de acuerdo que producto de la asociatividad los mercados destino fueron más accesibles, producto de la asociatividad.

De acuerdo a Ochoa e Infante (2021), en donde se recopiló información por medio de encuestas, obteniendo información de que la asociatividad permite que exista un mejor desempeño de las exportaciones; lo cual está fuertemente relacionado con una de las preguntas realizadas a los expertos por medio de la encuesta, siendo esta: El conocimiento del proceso de exportación obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020 en la región Junín ; del cual obtuvimos que un 81.3% de los participantes marcaron que están de acuerdo y el restante (18.8%) dijo que estaba totalmente de acuerdo.

Conclusiones

Producto del trabajo de investigación, se han desarrollado numerosos hallazgos, considerando las variables mencionadas y validadas a lo largo del trabajo. Asimismo, se han tenido en consideración las dimensiones que explican la variable de las exportaciones de cacao. Debido a todo lo mencionado, se obtuvieron conclusiones puntuales e importantes producto del análisis en el Capítulo V, en el cual se contrastaron los hallazgos del desarrollo del enfoque cualitativo y cuantitativo con los antecedentes mencionados en el marco teórico en el Capítulo I.

Se procede a plantear y desarrollar las conclusiones encontradas en la presente investigación:

-En primer lugar se analizó el objetivo general: “Determinar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”. Este objetivo responde a la hipótesis planteada en el capítulo II: La competitividad tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020. Luego del análisis de las fuentes primarias y secundarias, el desarrollo del análisis cualitativo mediante la utilización de la herramienta Atlas.Ti y un desarrollo del análisis cuantitativo utilizando el enfoque factorial en la herramienta SPSS, se concluye que la competitividad tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020.

-Respecto al objetivo específico 1, de acuerdo al modelo factorial, la hipótesis se validó con el perfil de asociación N°3, el cual basa su potencial de mercado en los recursos y habilidades que desarrollan producto de la asociatividad. Se puede concluir que las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020 tuvieron un efecto positivo en la participación de mercado, esto se puede afirmar

luego de haber revisado los antecedentes y analizar la información obtenida de los expertos. La asociatividad permite acceder a nuevos mercados tanto locales como internacionales (que es el objetivo de los agricultores/productores), esto se da por la superación de las enormes barreras de ingreso al comercio internacional, gracias a la nueva capacidad que puede ejercer una asociación. Es importante destacar el factor de número de asociados en estas organizaciones De acuerdo a los expertos de las entrevistas y a los encuestados, entre más asociados se tenga, el poder de negociación a nivel internacional aumenta, permitiéndoles obtener una mayor participación de mercado.

-Respecto al objetivo específico 2, de acuerdo al modelo factorial, la hipótesis se validó con el perfil de asociación N°1, el cual está relacionado a la promoción de la asociatividad por parte del Estado, este perfil considera que la promoción es parte indispensable para el éxito de la asociatividad y, por consiguiente, para el éxito de su proceso de internacionalización. Se ha concluido, que la promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao en la región de Junín en el periodo 2015-2020, esto se puede validar fácilmente en las encuestas y en el análisis cualitativo de las entrevistas. Si bien el Estado ha generado ciertos aportes en cuanto al impulso de la asociatividad y cooperativismo, aun no existe una correcta educación, difusión y/o comunicación sobre los beneficios que tiene el formar parte de una asociatividad. Es por ello, que después de analizar los datos recogidos mediante las entrevistas y encuestas a expertos, se puede concluir que los agricultores o público de interés en la asociatividad, conocen muy poco o casi nada sobre los beneficios que esto conlleva. Asimismo, esta falta de información ha generado que existan agricultores que prefieren trabajar por sí mismos producto de una desconfianza, en vez de cooperar y obtener mejores resultados en conjunto.

-Respecto al objetivo específico 3, de acuerdo al modelo factorial, la hipótesis se validó con el perfil de asociación N°2, el cual considera que los recursos y habilidades son parte indispensable para el éxito de la asociatividad. Por otro lado, esta hipótesis también se valida con el perfil de asociación N°3, el cual desarrolla sus actividades en base a la participación de mercado. Se puede concluir que los recursos y habilidades generados por la asociatividad tuvieron un efecto positivo en la internacionalización de la oferta exportable de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020, este punto es claramente confirmado por los expertos de las asociaciones y dirigentes de organizaciones del Estado. Cabe resaltar que los antecedentes concluyen hallazgos parecido a los obtenidos en el presente trabajo de investigación. La asociatividad permite acceder a numerosos recursos y habilidades tales como: financiamiento, tecnología, insumos, mejora en procesos y conocimiento de internacionalización. Estos puntos son los más críticos al momento de internacionalizar, debido a que estos agricultores/productores no pueden competir en el extranjero por su precaria infraestructura de procesos, poca accesibilidad a financiamiento y su limitado conocimiento de exportación. Dado esto, la asociatividad permite que desarrollen estas debilidades y las conviertan en fortalezas, con el objetivo de iniciar su proceso de internacionalización mediante la exportación de sus productos agrícolas a mercados en el extranjero.

En resumen, la presente tesis se relaciona estrechamente con los hallazgos desarrollados en el marco teórico presentado en el Capítulo I. Se desarrollaron variables y factores similares, así como un producto del sector agroindustrial: el cacao. Gracias a la utilización del enfoque tanto cualitativo (mediante entrevistas) como cuantitativo (mediante encuestas), se logró comprender el punto de vista de los integrantes de asociaciones/cooperativas de Junín, así como expertos pertenecientes a instituciones

estatales y privadas relacionadas al comercio exterior con conocimiento sobre la asociatividad.

Recomendaciones

Según la información desarrollada en el proceso de investigación, se plantean las siguientes recomendaciones:

Recomendaciones académicas:

- Se recomienda a futuros investigadores, estudiar el efecto de las políticas públicas por parte del Estado dirigidas a promocionar la asociatividad en el Perú. Esto porque en la presente investigación se determinó la falta eficiencia por parte del Estado, sin embargo, se debe analizar a profundidad las variables que determinan un apoyo ineficiente.

- Se recomienda estudiar el efecto de las nuevas barreras fitosanitarias de los *commodities* en el volumen y valor de exportación de las asociaciones/cooperativas, debido a que es un punto crítico para el proceso de internacionalización de estas, y según el análisis cualitativo de la presente investigación, es un problema que se está presentando los últimos años. Asimismo, se recomienda relacionarlo con las estrategias que utilizan las asociaciones para continuar con sus exportaciones y adaptarse al cambio.

- Se recomienda desarrollar estudios de campo hacia los agricultores en zonas pequeñas, donde el apoyo del Estado no llegue, y evaluar la predisposición de los agricultores para asociarse y qué factores influyen en esa toma de decisión. Asimismo, se debería comparar con aquellos agricultores/productores ya asociados y determinar por qué decidieron asociarse mediante las variables.

- Se recomienda estudiar el impacto que generan los cambios en el proceso productivo de una asociación producto de asociarse en la calidad del producto. La asociatividad trae consigo cambios en el proceso productivo, porque se debe uniformizar siguiendo un solo lineamiento, por lo tanto, se recomienda que se analice si este cambio genera discordancias en la calidad del producto agrícola.

Recomendaciones para las asociaciones y/o cooperativas:

- Se recomienda que las asociaciones evalúen la posibilidad de seguir asociándose con más personas una vez que ya se generó una primera asociación, esto con el objetivo de sumar más personas a la organización y generar un mayor poder de negociación en el extranjero y, por consiguiente, abrir las puertas a nuevos destinos internacionales para las exportaciones de sus producto agrícolas.

- Se recomienda dar énfasis en ofrecer un producto de calidad a los mercados internacionales, debido a que en ocasiones el producto pierde calidad cuando se asocian agricultores y productores porque cada uno tiene sus propios estándares de calidad. Por lo tanto es necesario estandarizar los procesos con cada integrante de la asociación y/o cooperación para mantener exportaciones constantes a mercados demandantes.

- Se recomienda mantener y aumentar la capacitación a los integrantes de las cooperativas, con el fin de que los procesos productivos mejoren y se pueda brindar un producto de mejor calidad de lo que hasta el momento se viene dando; esto principalmente porque al contar con un producto diferenciado, permitirá no solo un aumento de las exportaciones, sino que además una ventaja comparativa frente a los demás competidores. Además, es fundamental que su personal conozca sobre proceso de internacionalización para su empresa, con el fin de que desarrollen habilidades de toma de decisiones en escenarios difíciles.

Recomendaciones para el Estado y sector:

- Se recomienda que el Estado brinde la información actualizada sobre los requerimientos internacionales para la exportación de productos agrícolas, dado que en la actualidad, las barreras fitosanitarias han ido aumentando y perjudicando el proceso de internacionalización de las asociaciones. El Estado debe capacitar constantemente a las asociaciones exportadoras en temas de certificaciones internacionales, para que estas puedan seguir exportando regularmente y generando divisas.

- Se recomienda que el Estado promueva la creación de asociaciones en zonas agrícolas con gran número de productores/agricultores, con el fin de aglomerar a una gran cantidad de asociados y no generar pequeñas asociaciones que no perdurarán en el tiempo. Esto con el objetivo de promocionar la asociatividad como una herramienta de unión masiva para enfocarse en el desarrollo prolongado de las actividades de internacionalización de una asociación en una zona determinada.

- Se recomienda a las entidades públicas difundir un mayor conocimiento sobre los beneficios de la asociatividad entre los agricultores y productores de cacao, con el fin de disminuir la desconfianza que estos tienen en relación al trabajo en conjunto, dada la falta de esta información, los productores prefieren vender sus productos a un menor costo, antes que asociarse con otros.

- Se recomienda a las entidades financieras seguir facilitando el acceso de créditos para las nuevas asociaciones que se generan, debido a que este es el apoyo principal que necesitan estos asociados para lograr iniciar su proceso de internacionalización mediante las exportaciones, y lo más importante que es mantener estas exportaciones en el tiempo. Asimismo, se recomienda desarrollar nuevos planes de financiamiento enfocados netamente en las asociaciones para incentivar la creación de estas en diferentes zonas del Perú.

Referencias Bibliográficas

- Araya, A. (2009). El proceso de internacionalización de empresa. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468> [Consulta: 27 de marzo de 2022]
- Arias, J. L. (2021). Guía para elaborar el planteamiento del problema de una tesis: El método del hexágono. Dialnet. Recuperado de https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2242/1/Gu%C3%ADa_para_elaborar_el_planteamiento_del_problema_de_una_tesis_el_m%C3%A9todo_del_hex%C3%A1gono.pdf [Consulta: 27 de marzo de 2022]
- Apoyo y Asociados. (2016). Corporación Financiera de Desarrollo S.A. – COFIDE. Recuperado de <https://www.cofide.com.pe/COFIDE/files/1481812020.pdf> [Consulta: 30 de marzo de 2022]
- Álvarez, A. (2020). Planteamiento del Problema de Investigación. Recuperado de <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10820/Nota%20Acad%C3%A9mica%204%202818.04.2021%29%20-%20Planteamiento%20del%20Problema%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y> [Consulta: 1 de abril de 2022]
- Allende, B. (2019). La asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la cooperativa boza del distrito de Aucallama en Huaral, periodo 2018. Recuperado de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5455/allende_rba.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta 21 de julio de 2022]
- Aragundi, y Aragundi, V. (2013). Consolidación de la oferta exportable a través de la estrategia de asociatividad de los pequeños productores de uvilla del cantón Ibarra, diseño de la cadena logística de acopio y la exportación al mercado suizo. Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/9471/T-ESPE-039837.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Armendáriz, E., Jaramillo, F. y Zegarra, L. (2011). Las barreras al crecimiento económico en Junín. Recuperado de https://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/1484/Las_barreras_al_cr

ecimiento_economico_en_Junin.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 21 de junio de 2022]

Agraria.pe (2020) Origen del cacao estaría en Perú. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/origen-del-cacao-estaria-en-peru-21953> [Consulta: 23 de julio de 2022]

Aiquipa, C., Bello, L., Changra, L. y Mosto, R. (2017) La Asociatividad Empresarial como modelo de gestión para aumentar la competitividad de las Medianas Empresas Formales de Engordadores de Ganado Bovino en el Distrito de Lurín. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621873/AIQUIPA_MC.pdf?sequence=5&isAllowed=y [Consulta: 26 de julio de 2022]

Arbaiza, L. (2014). Como elaborar una tesis de grado. Recuperado de <https://www.alpha-editorial.com/Papel/9789587784541/C%C3%B3mo+Elaborar+Una+Tesis+De+Grado> [Consulta: 21 de mayo de 2022]

Aquino, U. y Quijandría, G. (2019). Factores que influyeron en las exportaciones de uva fresca de las Pymes en la Región Ica: Periodo 2013-2017. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626136/Aquino_qu.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta 24 de mayo de 2022]

Agronet (2018). Programa de asociatividad FINAGRO. Recuperado de <https://www.agronet.gov.co/desarrollo-rural/Paginas/InstrumentosPolitica/PROGRAMA-DE-ASOCIATIVIDAD.aspx> [Consulta: 21 de julio de 2022]

Andina.pe (2021). Gobierno inicia implementación de FAE-Agro para inyectar S/ 2,000 millones en créditos. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-ac/www.mincetur.gob.pe/andina.pe/Agencia/noticia-gobierno-inicia-implementacion-faeagro-para-inyectar-s-2000-millones-creditos-809232.aspx> [Consulta: 21 de julio de 2022]

Behar, D. S. (2008). Metodología de la Investigación. Shalom. Recuperado de <https://es.calameo.com/read/004416166f1d9df980e62> [Consulta: 3 de abril de 2022]

Bernal, C. S. (2010). Metodología de la Investigación (3.a ed.). Prentice Hall. Recuperado de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf> [Consulta: 3 de abril de 2022]

- Beltrán, J. y Martínez, Z. (2020) Asociatividad empresarial como estrategia de exportación para las Pymes del sector calzado en la provincia de Trujillo - La Libertad, Perú a través de: desarrollo de gestión organizacional, innovación de mercadotecnia y capacidad económica-financiera durante el periodo 2014-2018. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653377/Beltr%c3%a1n_LJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta: 26 de julio de 2022]
- Busson, J. H. L. (2012). La asociatividad como estrategia de desarrollo. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4326716> [Consulta: 5 de abril de 2022]
- Bezus, R., & Bilotkach, I. (2018). Development of organic farmers' cooperatives: The USA, The EU and Ukraine. Baltija Publishing. Recuperado de <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/376/pdf> [Consulta: 10 de abril de 2022]
- Bonilla, F. T., Fuentes, G. A., Fuentes, G. A., & León, L. E. (2016). Impacto de la gestión del proceso de acopio de cacao en el volumen de ventas internacionales - Caso Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/614054/LEON_ZL.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 10 de abril de 2022]
- Buenhombre, M. A., y Mariño, Y. (2022). Asociatividad como estrategia de productividad y competitividad del sector agrícola. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 619-633. Recuperado de <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/37837/41680> [Consulta: 25 de julio de 2022]
- Bavaresco de prieto, A. (1996). Proceso metodológico en la investigación (como hacer un diseño de investigación). Recuperado de <https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.pdf> [Consulta: 24 de julio de 2022]
- Brache, J., & Felzensztein, C. (2017). Exporting firm's engagement with trade associations: Insights from Chile. *Science Direct*. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969593117308119> [Consulta 3 de abril de 2022]

- Banco Central de Reserva (BCR). (2021) Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/junin-caracterizacion.pdf> [Consulta: 4 de abril de 2022]
- Banco Central de Reserva (BCR). (2022) Correlacionador exportaciones no tradicionales por sector económico. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/correlacionador-exportaciones-no-tradicionales-por-sector-economico.html> [Consulta: 21 de julio de 2022]
- Banco Central de Reserva (BCR). (2022) Exportación por grupo de productos de Junín. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/exportaciones-por-grupo-de-productos-de-junin-m> [Consulta: 13 de junio de 2022]
- Bada, L., Rivas, L. y Littlewood, F. (2017) Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. Sciencedirect. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S018610421730075X> [Consulta: 21 de julio de 2022]
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2005). Aglomeraciones en torno a los recursos naturales en América Latina y el Caribe: políticas de articulación y articulación de políticas. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2447-aglomeraciones-torno-recursos-naturales-america-latina-caribe-politicas> [Consulta: 11 de abril de 2022]
- Canaza, M. K. (2014). La Asociatividad de Productores Rurales una Herramienta para la Oferta Exportable de Quinoa – Cabana 2014. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4274/53.0779.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 10 de abril de 2022]
- Castro, L. M. (2015) Análisis del modelo de internacionalización de e-Tech Simulation según la teoría de redes. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/10601> [Consulta: 20 de abril de 2022]
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN). (2016). Plan Estratégico de Desarrollo Nacional Actualizado: Perú hacia el 2021. Recuperado de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan%20Peru%20PE-DN-2021-15-07-2016-RM-138-2016-PCM2.pdf> [Consulta: 4 de mayo de 2022]

- Cervilla, M. y Rodríguez de pepe, M. (2020) Asociatividad empresarial y fuentes de capital social: hacia un modelo explicativo. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v30n77/0121-5051-inno-30-77-107.pdf> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Cervilla de Olivieri, M. (2007). Estrategias para el desarrollo empresarial: Asociatividad en el sector plástico venezolano. Revista de ciencias sociales. Recuperado de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/25361/25982> [Consulta: 21 de julio de 2022]
- Comex Perú. (2021). EXPORTACIONES NO TRADICIONALES AUMENTARON UN 5.8% EN ENERO DE 2021. COMEX - Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-no-tradicionales-aumentaron-un-58-en-enero-de-2021#:~:text=Entre%20los%20principales%20productos%20exportados,30%20millones%2C%20%2B5.3%25> [Consulta: 6 de mayo de 2022]
- Coleman, J. (1988). Captial Social y creación de capital humano. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=45077> [Consulta: 23 de marzo de 2022]
- Consortio de Investigación Económica y Social. (2015). Tecnología y productividad agraria. Recuperado de https://cies.org.pe/sites/default/files/files/articulos/economiaysociedad/mt5-innovacion_cenagro_2-7-15.pdf [Consulta: 2 de mayo de 2022]
- Comisión de promoción del Perú para la exportación y el Turismo (PROMPERÚ). (2019). Cartilla de requisitos de acceso. Cacao en grano. Recuperado de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4239/Requisitos_acceso_cacao_Union_Europea_2019_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 24 de julio de 2022]
- Comisión de promoción del Perú para la exportación y Turismo (PROMPERÚ). (2014). Asociatividad para el Comercio Exterior. Recuperado de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 25 de marzo de 2022]

- Cática, J., Parra, M. y Trujillo, A. (2018). La Asociatividad como una estrategia organizacional. “Caso Sector Ferretero Ibagué -Colombia”. Recuperado de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/23934/24379> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Cuarán, M., Xavier, O., & Enríquez, J. (2021). Estudio de la asociatividad textil en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S1), 461-468. Scopus. Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2056/2044> [Consulta: 27 de julio de 2022]
- Camara de café y cacao (2020). Historia del cacao. Recuperado de <https://camcafeperu.com.pe/ES/cacao-peru.php> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Dimas, A. (2016). Influencia de los créditos otorgados por Finagro en el campo colombiano: un análisis a nivel departamental (2000 -2014). Recuperado de <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/137> [Consulta: 25 de mayo de 2022]
- Datosmacro.com (2019). *Perú- índice de Competitividad Global*. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/peru> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Diamantopoulos, A. (1998). The effect of pretest method on error detection rates: Experimental evidence. Loughborough: The Business School, Loughborough University. Recuperado de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03090569810216091/full/html> [Consulta: 24 de julio de 2022]
- Degnet, A. y Mekbib, G. (2012). The impact of cooperatives on agricultural technology adoption: Empirical evidence from Ethiopia. Elsevier. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306919212001030> [Consulta: 25 de julio de 2022]
- Donet, J. y Malca, O. (2015). La continuidad y el desempeño exportador de la empresa peruana. Repositorio de la Universidad del Pacifico. Recuperado de <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/422/DD1215.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 23 de julio de 2022]

- Diario el Peruano (2021). Gobierno aprobó la ley para fortalecer la asociatividad de productores agrarios en cooperativas. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia/126455-gobierno-aprobo-la-ley-para-fortalecer-la-asociatividad-de-productores-agrarios-en-cooperativas> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- EAE *Bussiness School*. (2022). Proceso de producción: en qué consiste y cómo se desarrolla. Recuperado de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/> [Consulta: 5 de abril de 2022]
- Economipedia. (2022). Financiación o financiamiento. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html> [Consulta: 10 de junio de 2022]
- Economipedia. (2022). Calidad. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/calidad-2.html> [Consulta: 20 de mayo de 2022]
- Ekon. (2021). Internacionalización de Empresas: qué es, ventajas y fases del proceso. Recuperado de <https://www.ekon.es/blog/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas-y-como-llefuetvarla-a-cabo/> [Consulta: 30 de mayo de 2022]
- Empresa Peruana de Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (2021). Agroideas y Cofide trabajarán articuladamente en beneficio de agricultores. Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-agroideas-y-cofide-trabajaran-articuladamente-beneficio-agricultores-863904.aspx> [Consulta: 30 de abril de 2022]
- Enciclopedia Económica. (2022). ¿Qué son los recursos tecnológicos? Recuperado de <https://enciclopediaeconomica.com/recursos-tecnologicos/> [Consulta: 2 de junio de 2022]
- Fernández, J. K., & Loayza, S. G. (2020). Efectos de la asociatividad en las exportaciones de café orgánico de la selva central del Perú en el periodo 2016–2018. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653490/Fern%c3%a1ndez_CJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta: 15 de junio de 2022]
- Ferrando, A. (2014). Asociatividad para mejora de la competitividad de Pequeños Productores Agrícolas. *Revistas La Molina*. Recuperado de <https://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/acu/article/view/779/747> [Consulta: 28 de junio de 2022]

- Figuroa, I. L., & Saavedra, L. A. (2020). La asociatividad y competitividad de las organizaciones de pequeños productores del sector agrario peruano. Caso de estudio: Cooperativa Túpac Amaru. Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18844/FIGUEROA_LEON_SAAVEDRA_CRUZADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 22 de abril de 2022]
- Fuentes, J., Blanco, F. y Cámara, S. (2008) Los determinantes de la competitividad en las cooperativas. *Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/24008129_Los_determinantes_de_la_competitividad_en_las_cooperativas [Consulta: 21 de mayo de 2022]
- García. y Rofman, A. (2013) Poder y espacio. Hacia una revisión teórica de la cuestión regional en Argentina. *Redalyc*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/118/11828895006.pdf> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Grueso, M., Hernán J. & Garay, L. (2009). Procesos de asociatividad empresarial: Aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional. Recuperado de https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3783/BI_44_5_2_10.pdf?sequence=5 [Consulta: 10 de marzo de 2022]
- Gutiérrez, B. L. (2017). Emprendimientos Asociativos Rurales en el Marco de la Economía Social. Recuperado de <https://revistas.rcaap.pt/uiips/article/view/14545/10930> [Consulta: 25 de mayo de 2022]
- Guerrero, D. (2019) Propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y competitividad de los productores de pimiento piquillo en el distrito de Motupe región de Lambayeque. Recuperado de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2111/1/TL_GuerreroParedesDiana.pdf [Consulta: 26 de julio de 2022]
- Giordano, P. (2018). ¿Qué tan competitivas son las exportaciones latinoamericanas? Recuperado de <https://blogs.iadb.org/integracion-comercio/es/competitividad-exportaciones-latinoamericanas/> [Consulta: 21 de julio de 2022]
- Gómez, M. C. (2020). La asociatividad como modelo de desarrollo económico en Bogotá: Una mirada desde las políticas públicas en el sector agrícola (2006 - 2017). Recuperado de

https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/2999/JIA-spa-2020La_asociatividad_como_modelo_de_desarrollo_economico_en_Bogota_una_mirada_desde_las_politicas_publicas?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 24 de junio de 2022]

Gómez, E. & González, G. (2011). Proceso de internacionalización de empresas del área metropolitana de Bucaramanga. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5983161.pdf> [Consulta: 10 de marzo de 2022]

Gob.pe (2019). *Plan Nacional de Competitividad permitirá al Perú estar a cargo de los factores que permitan lograr su crecimiento*. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/pcm/noticias/50679-plan-nacional-de-competitividad-permitira-al-peru-estar-a-cargo-de-los-factores-que-permitan-lograr-su-crecimiento> [Consulta: 23 de julio de 2022]

Global quality and standards programme (GOSP). (2021). Norma Técnica Peruana NTP-ISO 2451 Granos de cacao. Especificaciones y requisitos de calidad. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2223206/GIP%20103.pdf.pdf> [Consulta: 24 de julio de 2022]

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.a ed.). McGraw-Hill Education. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf> [Consulta: 28 de mayo de 2022]

Hadley, R. y Wilson, H. (2003). The network model of internationalisation and experiential knowledge. Elsevier. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593103000970> [Consulta: 14 de junio de 2022]

Ibadango, T. y Mallitaxi, M. (2016). Propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua. Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/11784/T-ESPE-053165.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 23 de julio de 2022]

International Cocoa Organization (ICCO). (2019). Origins Of Cocoa and Its Spread Around The World. Recuperado de <https://www.icco.org/growing-cocoa/> [Consulta 24 de julio de 2022]

- Instituto Peruano de Economía (IPE). (2021). *La competitividad regional durante la pandemia*. Recuperado de <https://www.ipe.org.pe/portal/la-competitividad-regional-durante-la-pandemia-incore-2021/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20reciente%20r%C3%A1nking%20de,se%20ubic%C3%B3%20en%20el%2052>. [Consulta: 24 de julio de 2022]
- Lozano, F. D. (2010). La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. Scielo. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ries/v5n2/v5n2a07.pdf> [Consulta: 30 de marzo de 2022]
- Liendo, M. & Martínez, A. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. Recuperado de https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/8044/Liendo%2c%20Martinez_asociatividad.pdf?sequence=2&isAllowed=y [Consulta: 5 de mayo de 2022]
- Magnazo, C. (2007). Estrategias asociativas para micro y pequeñas empresas. Recuperado de re [Consulta: 11 de junio de 2022]
- Martínez, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa: principios básicos y algunas controversias. Scielo. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/csc/a/VgFnXGmqhGHNMBsv4h76tyg/?lang=es> [Consulta: 30 de julio de 2022]
- Malhotra N. (2008) Investigación de Mercados (Quinta Edición). Recuperado de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf> [Consulta: 4 de junio de 2022]
- Méndez. & Amelia, L. (2018). Las redes interorganizacionales y los procesos de internacionalización de las internacional New Ventures. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/880/88055200015/88055200015.pdf> [Consulta: 30 de abril de 2022]
- Merubia, M (2019) Teorías de la internacionalización de empresas. Recuperado de <https://revistas.ucsp.edu.pe/index.php/illustro/article/download/220/433/3501> [Consulta: 11 de mayo de 2022]
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (MINCETUR) (2008). Asociatividad. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf [Consulta: 21 de marzo de 2022]

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (MINCETUR). (2013). Guía Asociatividad para el comercio exterior. Recuperado de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=De%20esta%20manera%2C%20la%20asociatividad,sin%20perder%20la%20individualidad%20empresarial%E2%80%9D. [Consulta: 24 de julio de 2022]

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2020). *Producción nacional de cacao en grano creció en la última década a un promedio de 12.6% al año*. Gob.pe. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/305143-produccion-nacional-de-cacao-en-grano-crecio-en-la-ultima-decada-a-un-promedio-de-12-6-al-ano> [Consulta: 23 de julio de 2022]

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2015). Ministro Juan Benites entrega tractores y anuncia que AGROIDEAS invirtió S/. 325 millones a nivel nacional. MIDAGRI. Recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/noticias-anteriores/notas-2015/13985-ministro-juan-benites-entrega-tractores-y-anuncia-que-agroideas-invirtio-s-325-millones-a-nivel-nacional> [Consulta: 15 de abril de 2022]

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI). (2021). Observatorio de commodities. Cacao. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1782245/Commodities%20Cacao:%20oct-dic%202021.pdf> [Consulta: 23 de julio de 2022]

Ministerio de Agricultura y Riego (MIDAGRI). (2016). Estudio del cacao en el Perú y el Mundo. Recuperado de <https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/Estudio-cacao-Peru-y-Mundo.pdf> [Consulta: 23 de junio de 2022]

Ministerio de agricultura y riego (MINAGRI). (2014). Guía para la promoción de la asociatividad empresarial rural para el acceso al mercado. Recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/guia-promocion/guia-promocion.pdf> [Consulta 23 de julio de 2022]

- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (2019). *Política Nacional de Competitividad y Productividad*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/Politica_Nacional_de_Competitividad_y_Productividad.pdf [Consulta: 24 de julio de 2022]
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2020). Reporte de Comercio Regional Junín. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2011340/Reporte%20de%20Comercio%20-%20Reporte%20Comercio%20Regional%20-%20RCR%20-%20Jun%20C3%ADn%202020%20-%20Anual.pdf> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Muñoz, F. (2016). Asociatividad ofrece múltiples ventajas para los negocios en formación. Universidad San Sebastián. Recuperado de <https://www.uss.cl/newsletter-uss/2016/06/16/asociatividad-ofrece-multiples-ventajas-para-los-negocios-en-formacion/> [Consulta: 28 de marzo de 2022]
- Mucha, F. (2017). Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de corea del sur. Recuperado de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2779/mucha_cfk.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 21 de julio de 2022]
- Medina, M. J., Mozas, A., Bernal, E., & Moral, E. (2014). Factores determinantes para la exportación en las empresas cooperativas oleícolas andaluzas. Redalyc. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17432563009.pdf> [Consulta: 19 de mayo de 2022]
- Mínguez, R. (2010). Cooperación para la internacionalización como estrategia de expansión exterior de la PYME. Recuperado de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RvistaEconomiaIndustrial/375/113.pdf> [Consulta: 25 de mayo de 2022]
- Ministerio De Agricultura y Riego. (MIDAGRI). (2019). Commodities: Cacao. Recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2019?download=15778:commodities-cacao-abr-jun-2019> [Consulta: 21 de mayo de 2022]
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (MINCETUR) (2022) Reporte mensual de Comercio Regional. Recuperado de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3005521/Reporte%20Regional%20de%20Comercio%20-%20Febrero%202022.pdf> [Consulta: 4 de junio de 2022]

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2021). Plan Regional Exportador de Junín (PERX). Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/354674/PERX_JUNIN-2.pdf [Consulta: 24 de julio de 2022]

Moscoso, P., & Rodríguez, F. M. (2020). Análisis de las Capacidades Dinámicas en la Internacionalización de Asociaciones y Cooperativas Agrarias en la región de Cusco, año 2019. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653716/Moscoso_GP.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta: 18 de mayo de 2022]

Mosquera, W., Avendaño, G. y Rodríguez, M. (2021) Analysis Impact of The Associativity on The Competitiveness of Fishing Commercial Companies. Scopus. Recuperado de <http://www.ieomsociety.org/brazil2020/papers/162.pdf> [Consulta: 26 de julio de 2022]

Montero, S. y Calderón, N. (2019). Asociatividad, liderazgo inclusivo y desarrollo económico local. El Grupo de Artesanos Independientes de Mompox. Bitácora Urbano Territorial, 30 (1): 193-204. Scopus. Recuperado de https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85083369356&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=asociatividad&sid=da11649952d8e9d67952c6a8caa82521&sot=b&sdt=b&sl=28&s=TITLE-ABS-KEY%28asociatividad%29&relpos=6&citeCnt=1&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1,FEATURE_EXPORT_REDESIGN:0 [Consulta: 27 de julio de 2022]

Montenegro, R. y Navarro, P. (2021) Estrategia de asociatividad para la comercialización de cacao en los distritos de Lamas y Chazuta de la región de San Martín. Recuperado de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/13849/Montenegro_Estrategia_de_asociatividad.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 26 de julio de 2022]

Narváez, M., Fernández, G., Gutiérrez, C., Revilla, C., & Pérez, C. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná. Redalyc. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90411687007> [Consulta: 13 de mayo de 2022]

- Organización Mundial del Comercio. (OMC). (2015). Informe sobre el Comercio Mundial 2015. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report15_s.pdf [Consulta: 9 de junio de 2022]
- Organización Mundial Del Comercio. (OMC). (2015) Informe sobre el comercio mundial 2015. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_trade_report15_s.pdf [Consulta: 14 de junio de 2022]
- Organización Mundial del Comercio. (OMC). (2021). COVID-19 y comercio mundial. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/covid19_s.htm [Consulta: 24 de junio de 2022]
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (FAO). (2012). Perú pone en marcha un Programa de Asociatividad y Gestión Empresarial para agricultores. Recuperado de <https://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/509752/> [Consulta: 12 de marzo de 2022]
- Organización Mundial del Comercio. (OMC). (2021). Informe sobre el Comercio Mundial 2016 Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr16_s.htm [Consulta: 20 de marzo de 2022]
- Organización Mundial del Comercio. (OMC). (2016). Pequeñas empresas y comercio. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/msmesandtra_s/msmesandtra_s.htm [Consulta: 21 de junio de 2022]
- Observatorio del cacao. (2016). Cacao. La historia. Recuperado de <http://www.observatoriodelcacao.com/historia/> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Ochoa, D. A., & Infante, A. V. (2021). Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 - 2020. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657784/Ochoa_PD.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta 12 de marzo de 2022]
- Oré, E. (2016). Asociatividad para la exportación directa de tapices de la ciudad de Ayacucho-2014. Repositorio Universidad Alas Peruanas. Recuperado de

<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/1224> [Consulta: 11 de junio de 2022]

Oviatt, B., y McDougall, P. (2005). Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization". *Entrepreneurship Theory & Practice*, 537-553. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2005.00097.x> [Consulta: 23 de junio de 2022]

Paredes, P. S., & Quispe, N. D. (2020). Influencia de la Asociatividad Empresarial como Estrategia de Exportación de las MYPES del Sector Artesanía de la Región Ayacucho - Perú Periodo 2014 - 2018. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652463/Paredes_MP.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta: 18 de mayo de 2022]

Pandey, P., & Pandey, M. (2015). *Research Methodology: Tools and Techniques* (1.a ed., Vol. 1). Bridge Center. Recuperado de <https://es.calameo.com/read/0043710417fbfe1b58d9c> [Consulta: 13 de mayo de 2022]

Páez, P., Jiménez, W., & Buitrago, J. (2021) Las teorías de la competitividad: Una síntesis. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/repbl/n31/2256-5027-repbl-31-119.pdf> [Consulta: 19 de junio de 2022]

Papke, L y Wooldridge, J. (1996). *Econometric Methods for Fractional Response Variables With an Application to 401 (K) Plan Participation Rates*. Jstor. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/2285155> [Consulta: 21 de junio de 2022]

Peterson Institute for International Economics. (2018). What Is Globalization? And How Has the Global Economy Shaped the United States? Recuperado de <https://www.piie.com/microsites/globalization/what-is-globalization> [Consulta: 13 de marzo de 2022]

Peña, M. (2013). Planteamiento del problema cuantitativo. Recuperado de <http://www.une.edu.pe/Titulacion/2013/exposicion/SESSION-1-Planteamiento%20del%20problema%20cuantitativo.pdf> [Consulta: 23 de julio de 2022]

- Porte, M. (1991). Ventaja Competitiva creación y sostenimiento de un desempeño superior. Recuperado de [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf) [Consulta: 29 de junio de 2022]
- Porte, M. (1990). Ser competitivo, Capítulo 6 La ventaja de las naciones. Recuperado de <https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf> [Consulta: 14 de julio de 2022]
- Quintana, S. (2020). *La Operacionalización de variables; “CLAVE” para armar una Tesis Parte I*. Repositorio Universidad Nacional San Martín. Recuperado de <https://unsm.edu.pe/wp-content/uploads/2020/05/silvestre-quintana-articulo-unsm-13-05-2020.pdf> [Consulta: 28 de junio de 2022]
- Ramírez, A. C., & Vergara, A. A. (2007). La asociatividad como elemento de competitividad para el desarrollo de las exportaciones en las PYMES agrícolas de Ñuble. Recuperado de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1244/1/Ramirez%20Silva%20Ana%20Cecilia.pdf> [Consulta: 14 de junio de 2022]
- Ramírez, Y. (2018) Aplicación del método cuantitativo en una investigación de mercados sobre el perfil de los vendedores ambulantes en la localidad de La Candelaria en Bogotá. Recuperado de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2558&context=administracion_de_empresas#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20cuantitativo%20se%20suele,al%20comportamiento%20del%20hecho%20estudiado [Consulta: 11 de abril de 2022]
- Regalado, C. A. (2018). Asociatividad de productores rurales de café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza para la exportación-2018. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36863/Regalado_DCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 23 de abril de 2022]
- Revista Cultura Económica. (2019). El Estado y la promoción de modalidades económicas asociativas en el Perú. Recuperado de

https://base.socioeco.org/docs/angulo_n._el_estado_y_la_promocion_de_modalidades_economicas_asociativas_en_el_peru.pdf [Consulta: 19 de junio de 2022]

Reynoso, C. (1998) La teoría de los recursos y capacidades: un enfoque contemporáneo en la gestión empresarial. Recuperado de <http://cartaeconomicaregional.cucea.udg.mx/index.php/CER/article/view/7497/6539> [Consulta: 22 de junio de 2022]

Reyes, C. y Santana, G. (2020) Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652891/Reyes_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 25 de julio de 2020]

Rodríguez, L. (2013) La asociatividad como medio y no como fin de la competitividad del sector lácteo colombiano. Recuperado de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00000989.pdf> [Consulta: 10 de abril de 2022]

Rojano, Y. N., & Contreras, M. M. (2021). Uso del aplicativo Atlas. ti. para la gestión estratégica de datos en la aplicación del método de la Teoría Fundamentada. Recuperado de <http://www.iiisci.org/journal/PDV/risci/pdfs/CA509RL21.pdf> [Consulta: 27 de junio de 2022]

San Martín, D. (2013). Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 16(1), 104-122. Recuperado de <http://redie.uabc.mx/vol16no1/contenido-sanmartin.htm> [Consulta: 27 de junio de 2022]

Schwarz, M. (2018). Identificación y caracterización del problema de investigación para la elaboración de la tesis universitaria. Repositorio Universidad de Lima. Recuperado de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/7099/Schwarz_Max_problema%20investigacion.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta: 30 de marzo de 2022]

Salas, K., Obredor, T., González, G., Mercado, N. (2018). Diseño de esquema de asociatividad para la cadena de suministro del Clúster Lácteo en el Departamento del Atlántico de

Colombia. Revista Espacios. Scopus. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p11.pdf> [Consulta: 27 de julio de 2022]

Serrano, A. M., Martínez, M. S., Tiuzo, S. C., & Pineda, D. Y. (2021). Social representations of the associativity for horticultural producers in Colombia. Scopus. Recuperado de https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85120992229&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=asociatividad&nlo=&nlr=&nls=&sid=993e650924101759e4665c8b978a14d5&sot=b&sdt=sisr&sl=28&s=TITLE-ABS-KEY%28asociatividad%29&ref=%28cooperativas%29&relpos=0&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1 [Consulta: 10 de abril de 2022]

Sistema Integrado de información de Comercio Exterior (SIICEX). (2022). Glosario. Recuperado de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=E&pNumPagina=3&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000 [Consulta: 23 de junio de 2022]

Sierra Exportadora. (2020). Programa cacao. Recuperado de <https://www.sierraexportadora.gob.pe/programas/cacao/que-significa.php#:~:text=El%20Per%C3%BA%20ha%20sido%20calificado,producci%C3%B3n%20mundial%20de%20este%20tipo> [Consulta: 26 de marzo de 2022]

Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Recuperado de [http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20\(Alianza\).pdf](http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20(Alianza).pdf) [Consulta: 21 de junio de 2022]

Soluciones Agrosostenibles. (SOLAGRO). (2018). Cacao es el producto más exportado en oriente peruano <https://solagro.com.pe/blog/cacao-producto-mas-exportado/> [Consulta: 26 de junio 2022]

Tapella, E. (2007). El mapeo de actores claves. Recuperado de <https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2011/09/quc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf> [Consulta: 29 junio de 2022]

- Torres, W. (2010). Asociatividad como estrategia para desarrollar las exportaciones de pisco del valle de Cañete. Repositorio Universidad San Martín de Porres. Recuperado de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1602/sme_v2n1_art3.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 11 de junio de 2022]
- Torres, I., Melo, M., & Fonseca, D. (2017). La asociatividad: una estrategia de desarrollo local para los caficultores de Ocamonte (APCO) en Santander, Colombia. Scielo. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-28122017000400538&lng=en&nrm=iso&tlng=en [Consulta: 4 de marzo de 2022]
- Torres A. (2022). INIA avanza en cuatro métodos para reducir presencia de cadmio en el cacao. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/inia-avanza-en-cuatro-metodos-para-reducir-presencia-de-cadmio-en-el-cacao-noticia/> [Consulta: 23 de julio de 2022]
- Urteaga, E. (2013). La teoría del capital social de Robert Putnam. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/110/11028415005.pdf> [Consulta: 21 de julio de 2022]
- Vara, A. (2010). 7 pasos para una tesis exitosa. Universidad San Martín de Porres. Recuperado de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf> [Consulta: 23 de junio de 2022]
- World Economic Forum (WEF). (2016). ¿Qué es la competitividad? Recuperado de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/> [Consultado: 24 de julio de 2022]
- Zárate, L. (2013). Las redes y proceso de internacionalización de pequeñas y medianas empresas: El caso de la industria del software de Costa Rica. Recuperado de <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=814097103098090068023117028067072029017056072092062036000099091108096031030126030027043029022061045007055003106064080030116068029094032037017025125105066066081006019070003023124082107004095088002065098072101113126099094002100070088110009100124003092093&EXT=pdf&INDEX=TRUE> [Consulta: 30 de marzo de 2022]

ANEXOS

Anexo N°1: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de tesis: "Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020"

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis Principal	Dependiente	Tipo y Diseño de la Investigación
<p>¿Cuál es el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el período 2015-2020?</p>	<p>Determinar el efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020.</p>	<p>La competitividad tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020</p>	<p>Desempeño de las exportaciones de cacao Indicadores: Valor FOB en exportaciones Cantidad Exportada</p>	<p>Se desarrollará un modelo de investigación basado en el enfoque mixto. Asimismo, dentro del enfoque cualitativo, existen diversos diseños de los cuales serán utilizados la teoría fundamentada, el diseño fenomenológico y de investigación-acción. Finalmente, emplearemos un enfoque cuantitativo no experimental basado en una investigación transeccional o transversal.</p>
Problemas Secundarios	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Independiente	Unidad de Estudio
<p>a) ¿Cuál fue el efecto en la participación de mercado de las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020?</p>	<p>a) Determinar el efecto en la participación de mercado de las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020.</p>	<p>a) Las asociaciones y/o cooperativas exportadoras de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020 tuvieron un efecto positivo en la participación de mercado.</p>	<p>a) Asociatividad Indicadores: a) Inversión del Estado en promoción de la asociatividad b) Programas de capacitación impulsados por el Estado c) Aprendizajes compartidos d) Capacitaciones del capital humano e) Capacidad productiva</p>	<p>Empresas exportadoras de cacao en el periodo 2015-2020</p>
<p>b) ¿La promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto en las exportaciones de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020?</p>	<p>b) Determinar si la promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto en las exportaciones de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020.</p>	<p>b) La promoción de la asociatividad por parte del Estado tuvo un efecto positivo en las exportaciones de cacao en la región de Junín en el periodo 2015-2020.</p>	<p>f) Implementación de tecnologías y acceso a recursos financieros Independiente b) Competitividad Indicadores: a) Número de asociados b) Acceso a nuevos mercados</p>	<p>Población de Estudio Empresas exportadoras de cacao que pertenezcan a un asociación y/o cooperativas en la región de Junín en el periodo 2015-2020</p>
<p>c) ¿Cuál fue el efecto de los recursos y habilidades generados por la asociatividad en la internacionalización de la oferta exportable de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020?</p>	<p>c) Determinar el efecto de los recursos y habilidades generados por la asociatividad en la internacionalización de la oferta exportable de cacao de la región Junín en el periodo 2015-2020.</p>	<p>c) Los recursos y habilidades generados por la asociatividad tuvieron un efecto positivo en la internacionalización de la oferta exportable de cacao en la región Junín en el periodo 2015-2020.</p>		

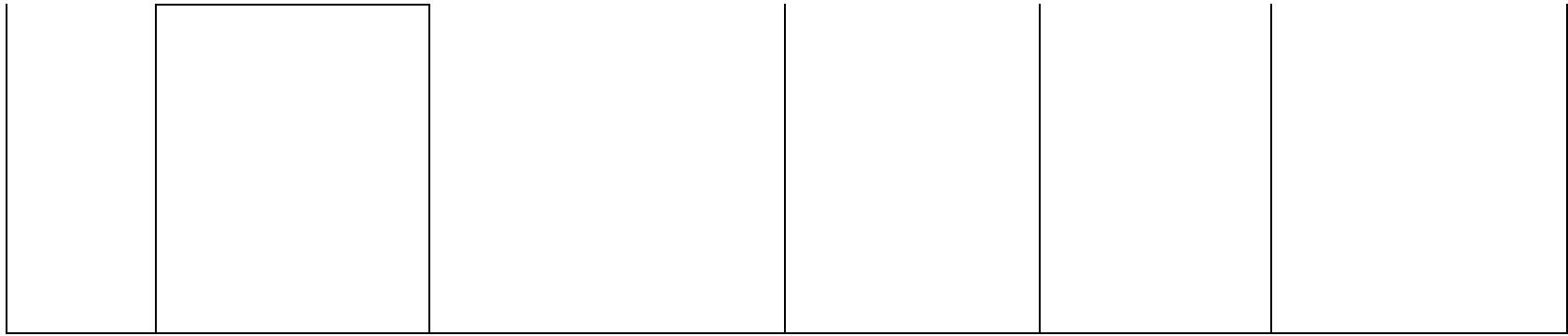
Anexo N°2: Matriz de Operalización

Tipo de Variable	Variables	Definición Conceptual	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores
Dependiente	Desempeño de las exportaciones de cacao	Envío de mercancías nacionales para su uso o consumo en el exterior, con la salida de mercancías de un territorio aduanero produciendo una entrada de divisas.	Venta de cacao en el mercado internacional	Exportación de cacao	Valor FOB en exportaciones
					Cantidad exportada
Independiente	Competitividad	Capacidad que posee un individuo o empresa para posicionarse por delante de sus competidores	Ingreso a mercados internacionales	Participación de mercado	Número de asociados
					Acceso a nuevos mercados
	Asociatividad	Elementos que pueden condicionar una situación, convirtiéndose en los que generan un cambio en hechos.	Elementos que tienen una relación directa con el proceso de exportación y que pueden llegar a influir	Promoción del Estado	Inversión del Estado en promoción de la asociatividad
					Programas de capacitaciones impulsados por el Estado
Asociatividad	Elementos que pueden condicionar una situación, convirtiéndose en los que generan un cambio en hechos.	Elementos que tienen una relación directa con el proceso de exportación y que pueden llegar a influir	Recursos y habilidades	Aprendizajes compartidos	
				Capacitaciones del capital humano	
					Capacidad productiva
					Implementación de tecnologías y acceso a recursos financieros

MATRIZ DE OPERALIZACIÓN DE VARIABLES					
Titulo de tesis: "Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020"					
	Variables	Definición Conceptual	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores

Dependiente	Desempeño de las exportaciones de cacao	Envío de mercancías nacionales para su uso o consumo en el exterior, con la salida de mercancías de un territorio aduanero produciendo una entrada de divisas.	Venta de cacao en el mercado internacional	Exportación de cacao	Valor FOB en exportaciones
		Competitividad	Capacidad que posee un individuo o empresa para posicionarse por delante de sus competidores	Ingreso a mercados internacionales	Participación de mercado
Numero de asociados					
Acceso a nuevos mercados					
Independiente	Asociatividad	Elementos que pueden condicionar una situación, convirtiéndose en los que	Elementos que tienen una relación directa con el proceso de	Promoción del Estado	Inversión del Estado en promoción de la asociatividad

		generan un cambio en hechos.	exportación y que pueden llegar a influir		
					Programas de capacitaciones impulsados por el Estado
				Recursos y habilidades	Aprendizajes compartidos
					Capacitaciones del capital humano
					Capacidad productiva
					Implementación de tecnologías y acceso a recursos financieros



Anexo N°3: Carta de presentación

Lima, 02 de marzo de 2022



UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Prolongación Primavera 2390
Mantenera, Surco
Lima 31 - Perú
T 511 313 3333
www.upcedu.pe

A quien corresponda,

Estimados señores:

exige, innova

A través de la presente es un placer saludarlos y presentar a:

Código	Apellidos y nombres
201422190	Montesinos Wong, Oscar Alejandro
201421778	Carrillo Dextre, Gonzalo Alonso

Ellos son egresados de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la Facultad de Negocios de la UPC, y se encuentra realizando un proyecto de investigación del Programa de Titulación Profesional en Negocios Internacionales para el cual requieren una entrevista con ustedes.

Agradecemos se sirvan concederles las facilidades necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

Hacemos propicia la oportunidad para reiterar nuestro agradecimiento por su amable contribución en beneficio de su investigación.

Atentamente,

James Leigh Boluarte
Director de Carrera
Administración y Negocios Internacionales
Facultad de Negocios

ANEXO N°4: FORMATO DE VALIDACIÓN INSTRUMENTO CUALITATIVO

Lima, 22 de julio del 2022

Estimado Juan Loayza

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de EXPERTO para validar el contenido del instrumento que lleva por título: Cuestionario sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal del cuestionario y los dos formatos de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, relevancia y coherencia de los contenidos de los diversos ítems de los cuestionarios.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos en espera del *Feedback* respectivo para la mejora del presente trabajo.

Muy Atentamente:

Oscar Montesinos y Gonzalo Carrillo

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”, que corresponde a un diseño no experimental, seccional transversal.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, Coherencia con la dimensión, Relevancia del ítem.** Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Experto N°: 01

Fecha actual: 22/07/2022

Nombres y Apellidos de Juez: Mg Sc Juan Loayza Bellido

Institución donde labora: Universidad UPC – Universidad Nacional Agraria la Molina

Años de experiencia profesional o científica: 30 años

Grado de Instrucción: Mg Sc

Puesto que desempeña: Docente de pre y posgrado



Firma y/o Sello

CUESTIONARIO SOBRE EL “EFECTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES DE CACAO DE LA REGIÓN JUNÍN GENERADO POR LA ASOCIATIVIDAD EN EL PERIODO 2015-2020”

UNIVERSIDAD: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

CARRERA: Administración y Negocios Internacionales

Tema: “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”

VARIABLE: Exportaciones de cacao, competitividad y asociatividad.

Instrucción:

A continuación, se presenta una serie de preguntas que serán aplicadas a otros expertos. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

ITEM	1	2	3	4	5
1. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?					X
2. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?				X	
3. ¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente					X
4. ¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?					X

5. ¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?					X
6. ¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?					X
7. ¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:					X
8. ¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?				X	
9. ¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:				X	
10. ¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?					X
11. ¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?				X	
12. ¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?					X
13. ¿Considera que tanto los recursos como habilidades generados por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?				X	
14. ¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?					X
15. ¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?					X

Quedamos agradecidos de su aporte a este estudio.

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIONES DE CACAO DICTAMINADO POR EL EXPERTO

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

Muy aceptable () Aceptable () Regular () Poco aceptable () Inaceptable ()

Observaciones:

.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI () NO ()

Observaciones:

.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....
.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI () NO ()

Observaciones:

.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....
.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI () NO ()

Observaciones:

.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....
.....

5) Las opciones de respuesta ¿están suficientemente graduadas y pertinentes para cada ítem cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

INVENTARIO DEL CUESTIONARIO DE ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIONES DE CACAO

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	CUESTONARIO	Claridad					Coherencia					Relevancia					Sugerencias
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
1	¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?	X						X					X				
2	¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?						X						X				
3	¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente	X						X					X				
4	¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?		X					X					X				
5	¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?		X					X					X				
6	¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?	X					X						X				
7	¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:	X					X						X				
8	¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las	X					X						X				

Lima, 22 de julio del 2022

Estimada Lucelly Sánchez

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de EXPERTO para validar el contenido del instrumento que lleva por título: Cuestionario sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal del cuestionario y los dos formatos de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, relevancia y coherencia de los contenidos de los diversos ítems de los cuestionarios.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos en espera del *Feedback* respectivo para la mejora del presente trabajo.

Muy Atentamente:

Oscar Montesinos y Gonzalo Carrillo

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”, que corresponde a un diseño no experimental, seccional transversal.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, Coherencia con la dimensión, Relevancia del ítem.** Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Experto N°: 02

Fecha actual: 21/07/2022

Nombres y Apellidos de Juez: Lucelly Sánchez Barreto

Institución donde labora: Consultor independiente

Años de experiencia profesional o científica: 6 años

Grado de Instrucción: Licenciada en Administración de Negocios Internacionales

Puesto que desempeña: Consultor en comercio exterior.



Firma y/o Sello

CUESTIONARIO SOBRE EL “EFECTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES DE CACAO DE LA REGIÓN JUNÍN GENERADO POR LA ASOCIATIVIDAD EN EL PERIODO 2015-2020”

UNIVERSIDAD: Universidad Peruana de

Ciencias Aplicadas CARRERA: Administración y

Negocios Internacionales

Tema: “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”

VARIABLE: Exportaciones de cacao, competitividad y

asociatividad. Instrucción:

A continuación, se presenta una serie de ítems que deberán ser validados por usted. Lea detenidamente cada pregunta, marque una sola alternativa con un “X” en la casilla correspondiente a la pregunta elegida. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
Totalmente desacuerdo	en desacuerdo	ni de acuerdo ni en desacuerdo	de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEM	1	2	3	4	5
1. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?					x
2. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?					x

3. ¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente					X
4. ¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?				X	
5. ¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?				X	
6. ¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?					X
7. ¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:				X	
8. ¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?					X
9. ¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:					X
10. ¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?					X
11. ¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?					X
12. ¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?					X
13. ¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?					X
14. ¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?					X
15. ¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?				X	

Quedamos agradecidos de su aporte a este estudio.

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIONES DE CACAO DICTAMINADO POR EL EXPERTO

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

Muy aceptable () Aceptable (x) Regular () Poco aceptable ()
Inaceptable ()

Observaciones:

A los otros expertos que validarán tus preguntas deben presentarles como introducción la hipótesis y los objetivos de la tesis para saber si sus preguntas están alineadas a los mismos.

Hay un par de preguntas en la que deberían mejorar la redacción.

.....

.....Sugerencias:

.....

.....

.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....

.....

.....Ninguna.....

.....

.....

....

Sugerencias:.....

.....

.....Ninguna.....

.....

.....

.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (x)

Observaciones:.....

.....

...Ninguna.....

.....

.....

....

Sugerencias:.....

.....

...Mejorar la redacción de algunas preguntas.....
.....
.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (x)

Observaciones:.....
.....
.....Ninguna.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....Ninguna.....
.....
.....

5) Las opciones de respuesta ¿están suficientemente graduadas y pertinentes para cada ítem cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....
.....
... Las preguntas son abiertas se puede aprovechar en obtener mayor información de lo que sucedió con las exportaciones del producto cacao en dicho periodo.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
...Ninguna.....
.....
.....

Lima, 20 de julio del 2022

Estimado Erick Gonzales

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de EXPERTO para validar el contenido del instrumento que lleva por título: Cuestionario sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal del cuestionario y los dos formatos de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, relevancia y coherencia de los contenidos de los diversos ítems de los cuestionarios.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos en espera del Feedback respectivo para la mejora del presente trabajo.

Muy Atentamente:

Oscar Montesinos y Gonzalo Carrillo

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”, que corresponde a un diseño no experimental, seccional transversal.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, Coherencia con la dimensión, Relevancia del ítem**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Experto N°: 03

Fecha actual: 22/07/2022

Nombres y Apellidos de Juez: Erick Gonzales Custodio

Institución donde labora: Sector Privado – Empresa Agroexportadora

Años de experiencia profesional o científica: 5

Grado de Instrucción: Lic. En Comercio y negocios internacionales

Puesto que desempeña: Coordinador de Exportaciones



Firma y/o Sello

CUESTIONARIO SOBRE EL “EFECTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES DE CACAO DE LA REGIÓN JUNÍN GENERADO POR LA ASOCIATIVIDAD EN EL PERIODO 2015-2020”

UNIVERSIDAD: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

CARRERA: Administración y Negocios Internacionales

Tema: “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”

VARIABLE: Exportaciones de cacao, competitividad y asociatividad.

Instrucción:

A continuación, se presenta una serie de ítems que deberán ser por usted. Lea detenidamente cada pregunta, marque una sola alternativa con un “X” en la casilla correspondiente a la pregunta elegida. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	en desacuerdo	ni de acuerdo ni en desacuerdo	de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEM	1	2	3	4	5
1. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?					X
2. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?				X	

3. ¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente				X	
4. ¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?					X
5. ¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?				X	
6. ¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?					X
7. ¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:					X
8. ¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?					X
9. ¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:				X	
10. ¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?					X
11. ¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?				X	
12. ¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?				X	
13. ¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?				X	
14. ¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?				X	
15. ¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?					X

Quedamos agradecidos de su aporte a este estudio.

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIONES DE CACAO DICTAMINADO POR EL EXPERTO

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

Muy aceptable () Aceptable (X) Regular () Poco aceptable () Inaceptable ()

Observaciones:

.....
.....
.....

Sugerencias:

En las preguntas 1 y 2 referentes a las exportaciones tanto en suma FOB como cantidad exportada indicar que tanto ha variado del 2015 al 2020 en porcentaje. ¿Y sobre la pregunta 4 te refieres a que la asociatividad fue una barrera negativa para el ingreso de los productos al mercado internacional?

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI () NO (X)

Observaciones: En la pregunta 4 creo que sería importante una nueva forma de preguntar.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI () NO (x)

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

5) Las opciones de respuesta ¿están suficientemente graduadas y pertinentes para cada ítem cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (x)

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

INVENTARIO DEL CUESTIONARIO DE ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIONES DE CACAO

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	CUESTONARIO	Claridad					Coherencia					Relevancia					Sugerencias
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
1	¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?				x					x		x					Indicar la que tanto ha variado durante todo ese periodo
2	¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?				x					x		x					Indicar la que tanto ha variado durante todo ese periodo
3	¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente	x								x					x		
4	¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?				x					x		x					Reformular pregunta.
5	¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?	x								x					x		
6	¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?	x								x					X		
7	¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:	X								x					x		
8	¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?	x								x					X		

Lima, 20 de Julio del 2022

Estimado Adderlyn Silvano Ayllón Aliaga

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de EXPERTO para validar el contenido del instrumento que lleva por título: Cuestionario sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal del cuestionario y los dos formatos de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, relevancia y coherencia de los contenidos de los diversos ítems de los cuestionarios.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos en espera del Feedback respectivo para la mejora del presente trabajo.

Muy Atentamente:

Oscar Montesinos y Gonzalo Carrillo

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de sobre el “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”, que corresponde a un diseño no experimental, seccional transversal.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, Coherencia con la dimensión, Relevancia del ítem.** Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Experto N°: 04

Fecha actual: 20 de julio

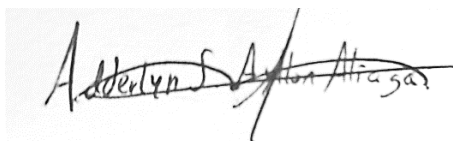
Nombres y Apellidos de Juez: Adderlyn Silvano Ayllón Aliaga

Institución donde labora: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Años de experiencia profesional o científica: ocho (08) años

Grado de Instrucción: Licenciado

Puesto que desempeña: Analista de comercio exterior – Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable



Firma y/o Sello

CUESTIONARIO SOBRE EL “EFECTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES DE CACAO DE LA REGIÓN JUNÍN GENERADO POR LA ASOCIATIVIDAD EN EL PERIODO 2015-2020”

UNIVERSIDAD: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

CARRERA: Administración y Negocios Internacionales

Tema: “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao de la región Junín generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”

VARIABLE: Exportaciones de cacao, competitividad y asociatividad.

Instrucción:

A continuación, se presenta una serie de ítems que deberán ser por usted. Lea detenidamente cada pregunta, marque una sola alternativa con un “X” en la casilla correspondiente a la pregunta elegida. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala de 1 a 5 donde:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	en desacuerdo	ni de acuerdo ni en desacuerdo	de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEM	1	2	3	4	5
1. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?					X
2. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?					X

3. ¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente			X		
4. ¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?				X	
5. ¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?				X	
6. ¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?				X	
7. ¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:				X	
8. ¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?				X	
9. ¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:					X
10. ¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?					X
11. ¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?				X	
12. ¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?				X	
13. ¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?					X
14. ¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?					X
15. ¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?					X

Quedamos agradecidos de su aporte a este estudio.

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIONES DE CACAO DICTAMINADO POR EL EXPERTO

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

Muy aceptable () Aceptable () Regular (x) Poco aceptable () Inaceptable ()

Observaciones: Se observa la necesidad de incorporar preguntas asociadas a los factores críticos y determinantes para las empresas que aplican el modelo asociativo. Asimismo, al ser preguntas abiertas, es clave realizar preguntas sobre las ventajas y desventajas, así como las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, otras maneras de consultar, es invitando a comentarle su experiencia positiva y negativa. Tener cuidado con las preguntas correlativas, ya que habría un sesgo de redundancia o reconfirmación de la hipótesis planteada respecto a la problemática planteada.

Sugerencias: Realizar adaptaciones entre las preguntas a las organizaciones productivas empresariales y las dirigidas a representantes del sector privado y público.

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI () NO (x)

Observaciones: Se observa preguntas que están induciendo a que las respuestas coincidan con la hipótesis. En ese sentido, considerar realizar los ajustes. Por ejemplo, hemos identificado que, entre los factores determinantes para el incremento de las exportaciones de cacao, se encuentra la relevancia de la asociatividad, usted que considera al respecto. Terminado la respuesta del entrevistado, agregar, y cuáles son las ventajas y desventajas. Después pueden añadir, y para conformar la asociatividad que se necesita, es complicado, cuáles son los pro y contra para la directiva.

Sugerencias: Iniciar por preguntas muy generales, dónde se pueda hallar respuestas incluso no identificadas en la hipótesis. No olvidarse de la metodología embudo, de lo general a lo más específico. Igualmente, siempre es clave realizar preguntas como: para qué, por qué, cómo, cuándo, cuánto, dónde. No quedarse con la primera respuesta afirmativa, siempre hay datos, ejemplos o casos de éxito que puede compartir el entrevistado.

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI () NO (x)

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI () NO (x)

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

5) Las opciones de respuesta ¿están suficientemente graduadas y pertinentes para cada ítem cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

INVENTARIO DEL CUESTIONARIO DE ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIONES DE CACAO

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	CUESTONARIO	Claridad					Coherencia					Relevancia					Sugerencias
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
1	¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?		x					x						x			¿Cuáles son las razones del porqué las exportaciones del cacao decrecieron/crecieron/estancaron?
2	¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?		x					x						x			
3	¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente		x					x							x		En relación al cacao, se debe incluir preguntas más explícitas con relación a los requisitos o restricciones del mercado. Ejemplo: Niveles máximos de cadmio, reglamentos de etiquetado, normativa orgánica, entre otros. Es importante analizar cuál es el objetivo de la tesis, finalmente las restricciones no necesariamente son consecuencias y/o pueden ser resueltos significativamente por la asociatividad.
4	¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?		x					x							x		La pregunta podría iniciar, entre las medidas de solución para cumplir con los requisitos, ¿qué rol juega la asociatividad?
5	¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?	x					x					x					
6	¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?	x						x					x				
7	¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:		x					x					x				

8	¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?		x																	
9	¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:	x																		
10	¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?	x																		
11	¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?		x																	
12	¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?		x																	
13	¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?	x																		
14	¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?	x																		
15	¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?	x																		

Anexo N°5: Formato de entrevista

TÍTULO DE LA TESIS: EFECTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES DE CACAO EN LA REGIÓN JUNÍN GENERADO POR LA ASOCIATIVIDAD EN EL PERIODO 2015-2020

Buenos noches señores, mi nombre es Oscar Montesinos Wong y junto con mi compañero Gonzalo Carrillo Dextre somos participantes del programa de titulación de la facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Nos comunicamos el día de hoy en primer lugar esperando que al momento del envío de este correo se encuentre bien.

El motivo del correo es para solicitar una entrevista con algún miembro de su asociación y/o cooperativa, con el objetivo de obtener información requerida para el estudio de nuestro proyecto de investigación el cual trata de: “Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020”. La entrevista abordaría temas puntuales tales como participación en mercados internacionales, promoción de la asociatividad por parte del Estado y recursos y/o habilidades producto de la asociatividad. Debido a la coyuntura actual, la entrevista sería virtual y rápida, ya que entiendo que tienen otros asuntos programados en su agenda.

Saludos cordiales.

A. DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO

1. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

2. ¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

B. ASOCIATIVIDAD

1. ¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente
2. ¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?
3. ¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?
4. ¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?
5. ¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:
6. ¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?
7. ¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:
8. ¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?
9. ¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?
10. ¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?
11. ¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

12. ¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?

13. ¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

Anexo N°6: Solicitud de entrevista vía correo electrónico

Solicitud de Entrevista para Proyecto de Investigación - Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Recibidos x



Oscar Montesinos Wong <oscar Montesinoswong1996@gmail.com>

mar, 3 may, 18:30 ☆ ↶ ⋮

para bcc: luislopez_05, bcc: aprocap, bcc: hvelias, bcc: huvale1, bcc: aprocam1, bcc: tomper5, bcc: apropal, bcc: hlineo2, bcc: caceresparaguay, bcc: ap-srs, bcc: ↵

Buenos noches señores, mi nombre es Oscar Montesinos Wong, participante del programa de titulación de la facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Me comunico el día de hoy en primer lugar esperando que al momento del envío de este correo se encuentre bien.

El motivo del correo es para solicitar una entrevista con algún miembro de su asociación y/o cooperativa, con el objetivo de obtener información requerida para el estudio de nuestro proyecto de investigación el cual trata de: *"Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020"*. La entrevista abordaría temas puntuales tales como participación en mercados internacionales, promoción de la asociatividad por parte del Estado y recursos y/o habilidades producto de la asociatividad. Debido a la coyuntura actual, la entrevista sería virtual y rápida, ya que entiendo que tienen otros asuntos programados en su agenda.

Solicito que puedan confirmar su participación antes de la fecha 7 de mayo para coordinar el horario de entrevista.

Saludos cordiales.



Anexo N°7: Transcripción De Entrevistas A Expertos

Entrevista 1: Higor Jaramillo

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

La variación se dio de manera general, no existe un verdadero estudio sobre exportaciones de pequeños productores, el trabajo de los pequeños productores está relacionada a la certificación de calidad del cacao. Los indicadores de exportaciones de cacao orgánico han disminuido en esos años. Al haber el descenso de cacao orgánico a nivel internacional, está acarreado la insostenibilidad de algunas organizaciones.

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

De igual manera, a nivel internacional, el cacao ha ido disminuyendo y esto a la larga ha traído consecuencias para los pequeños productores, ya que pierden competitividad en el extranjero y se vuelven insostenibles en el tiempo. Por otro lado, la industria peruana ha ido creciendo, lo cual es rescatable frente al panorama que les planteo. Hay que considerar que las grandes empresas de cacao antes vendían entre 4000 y 5000 toneladas, y ahora venden entre 10000 y 12000 toneladas, es importante ver a qué se debe este cambio y ver los destinos principales de las exportaciones.

¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao?

El principal comprador de cacao en el Perú es la Unión Europea, que representa aproximadamente un 70% del mercado peruano. La UE ha emitido normal últimamente sobre los niveles de cadmio, también normas relacionadas al uso de glifosatos 24d, en donde están colocando barreras en niveles de límites permisibles (esto en el orgánico es 0), sin embargo, a partir del 31 de diciembre de 2022 será 0 para el grano convencional de igual manera. Esto es una problemática que el Estado peruano no lo considera y no existen herramientas factibles para superar esta barrera, pese a que en el “Estudio de la sostenibilidad de cacao hasta 2030” toca este tema. Esto genera que la asociatividad de pequeños productores de cacao busque nuevas estrategias como son el mercado nacional.

¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?

En una primera instancia sí, sin embargo, estas barreras que poco a poco van apareciendo en el mercado internacional generan que las asociaciones busquen nuevas estrategias por su cuenta. La asociatividad es una buena herramienta para la exportación, pero las barreras que poco a poco se ponen más estrictas en el mercado internacional, está generando que se busquen nuevos mercados, y en su consecuencia estos mercados pueden

traer precios no competitivos. Por otro lado, se busca que haya consumo nacional. Son estos puntos que se deben considerar para exportar a la Unión Europea, así como librarse de las transas químicas y un bajo nivel de cadmio.

¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?

Mediante la asociatividad, los productores y agricultores que son la masa en general de la producción de cacao en el Perú pueden ingresar a mercado internacionales con precios competitivos, debido a que esto está sujeto a la calidad del cacao que producían a nivel nacional y que gracias a la asociatividad pueden exportar sus productos al extranjero.

¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?

El Estado si brinda bastante apoyo al tema de la asociatividad, eso es muy rescatable. El tema de la asociatividad está estipulado en normal, leyes, etc., pero se necesita más agilidad. Las trampas burocráticas que existe en el Estado generan que toda esta ayuda que se plantea sea retrasada, por ejemplo, si presentas un proyecto, te están respondiendo a los 4-5 meses o incluso 1 año, y por consiguiente el tema del presupuesto del proyecto cambia. Hay un tema de entrampamiento burocrático que provoca que el apoyo del Estado se estanque en unas “ganancias de ayudar”, al final no se siente un valor significativo en ese aspecto.

¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad?

Yo creo que sí, el Estado debe tomar otra estrategia para que toda esta inversión en la promoción de la asociatividad sea realmente efectiva, por ejemplo, sacar proyectos que tengan sostenibilidad en el tiempo, generar un reglamento ya que el Estado peruano saca leyes pero se necesita un reglamento que avale esa ley.

¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

¿Por qué?

Yo creo que sí, claro que hay cosas por mejorar por parte del Estado, pero en general ha sido fundamental en las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020.

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos?

De hecho, gracias a la asociatividad hemos logrado acceder a financiamiento internacional con tasas que se acomodan a la medida y más aun con el programa del Estado como “Reactiva Perú” que ha permitido acceder a ese tipo de crédito.

¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?

Yo creo que sí, en la medida han generado un efecto positivo. Al haber tecnología e investigación en el país, también se genera un tema de consumo interno y esto a su vez ha generado esta promoción. Yo creo que es de manera equilibrada si lo vemos desde un punto de vista de exportación. También hay que analizar las exportaciones, está bien que genere divisas, pero una organización que exporta es realmente rentable? Como empresa se busca generar ingresos, y no necesariamente las exportaciones son una salida para ello. En tema de tecnología, es poco o prácticamente nada lo que se ha avanzado para las exportaciones.

¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?

En general, cuando uno pertenece a una organización de pequeños productores asociados, se abre las oportunidades necesarias para conocer el comercio exterior, dentro

se pueden encontrar varios programas que tienen puerta abierta, de alguna manera el Ministerio de Producción y el Ministerio de Comercio Exterior y Comercio generan valor en el desarrollo de esas capacidades. Se ha logrado conocer el tema de *Incoterms*, el tema de costos, el tema de la logística misma que se puede lograr y la eficiencia en ella para tener una buena exportación. Si hay esas oportunidades de conocimiento cuando uno se asocia.

¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?

De todas manera, cuando estas organizado se abren ventanas tanto de cooperación internacional, como proyecto a nivel nacional que se abren y tú puedes participar, tales como: *Pro Innovate*, *Agroideas*, *Agrorural*, el programa *Ruta Exportadora*, y que no solamente vienen del Estado, sino de la cooperación internacional.

¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

Claro eso ha sido muy fundamental para nosotros ya que se necesita conocer el mercado internacional para ingresar en primer lugar, y luego para mantenerse hay que ser competitivo en el tiempo, y mediante las herramientas que brinda el Estado para las asociaciones y cooperativas, se puede exportar continuamente y mantenerse rentable.

¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?

Claro. La asociatividad es parte estratégica del desarrollo, es una herramienta para el desarrollo sostenible de los pequeños productores.

¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

Es eso, en el tema de organizaciones, el personal no solamente se dedica a hacer una línea, por ejemplo tiene que conocer en conjunto todos los procesos, para que el soporte que ellos brindan con sus servicios pueda ser fundamental para la organización. En pequeñas asociaciones se tiene que hacer de todo, entonces eso abre la oportunidad de, por ejemplo, un contador sepa el tema de logística, exportaciones y ayuda a llevar el tema de negocios internacional, mediante la participación de programas y cursos para el desarrollo de sus habilidades.

Entrevista 2: Pamela Esquivel

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

Para toca la variación hay que tener en cuenta que el cacao es un commodity, entonces estamos afectos a las variaciones por distintos factores que se den, sobre todo a nivel internacional, porque nosotros fijamos precio con la bolsa de New York. Sobre ese nivel ya se negocian premios como comercio justo y orgánico, las variaciones se van a ver siempre por ser un commodity, pero el valor agregado que le da cada cooperativa o asociación es dependiendo a los avances que se hacen, a la calidad del grano y a la negociación. Las exportaciones de cacao han tenido una tendencia a crecer en el periodo de tiempo que me indicas ya que a excepción del año 2020, se ha mantenido un crecimiento continuo por la excelencia calidad y exigencias del mercado internacional.

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

Para el caso de las asociaciones, la cantidad exportada de cacao se ha mantenido estable sin mucha variación por lo constante de las exportaciones, pero si hablamos de términos generales, tocando e incluyendo ya a las empresas grandes, privadas, la cantidad exportada ha aumentado considerablemente ese periodo.

¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao?

Yo trabajo en ACOPRAGRO desde el 2009, que empecé como ayudante de exportación, y se ha visto que en el transcurso de los años, las condiciones y requerimientos para poder exportar han ido aumentando, cada vez son más rigurosas las evaluaciones. Antes para el cacao solamente nos pedían que tenga tanto porcentaje de humedad y tema de fermentación que es lo básico para tener un buen chocolate. Sin embargo, con el tiempo no solamente era eso, sino también en tema sensorial, que tenga sabores, mientras va avanzando el mercado se va haciendo más especializado; y ahora está muy presente el tema orgánico. Como cacao ACOPAGRO trabajamos con cacao orgánico y Comercio Justo que es un nicho de mercado, entonces los requerimientos son cada vez mayores en cuanto a los temas que he mencionado. Cada año se va siendo más restringido el mercado internacional por los requerimientos.

¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?

Si hablamos como asociatividad, esto ayuda a hacer negociaciones de escala porque ya tienes un producto en mayor cantidad, puedes negociar más y hacer mejores contratos, así como reducir costos y cumplir los requisitos que pide el mercado internacional.

¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?

El asociarse permite disminuir costos, en el caso de nosotros como cooperativa, pertenecemos a una asociación de productores cacaoteros en donde están varias cooperativas que trabajan el tema de cacao orgánico flopp y con esa asociación conseguimos proyectos internacional que apoyan proyectos técnicos de calidad, comercial

e incluso ir a ferias, y eso de todas manera ayuda al desarrollo de las cooperativas, del mercado cacaotero peruano para poder acceder a mercado internacionales.

¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?

Con el Estado trabajo con algunos proyecto como *Innovate*, capacitaciones, creo que hay muchas instituciones que apoyan, el tema es que lleguen más a las cooperativas. Este apoyo se va dando y para asociatividad, hubo un año donde se apoyó bastante a la creación de cooperativas porque muchas estaban solo como asociaciones y como asociaciones no se puede comercializar, entonces convirtieron cooperativas, ahí consideramos que hubieron muchas fallas porque estuvieron atomizando mucho, por ejemplo en Tocache habían 20 cooperativas y no pudieron desarrollarse bien a excepción de 1 o 2. El Estado falló en ese aspecto, ya que con la asociatividad lo que uno busca son economías de escala, hacer que se junten en 1 sola cooperativa es más fuerte. El apoyo por parte del Estado para nosotros es de distinta entidades en formas de técnicas, Gobierno Regional o el mismo gobierno local que tiene ciertos proyectos de cacao, pero más recibimos apoyo internacional.

¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad?

Yo creo que se puede hacer más y también hacerlo un poco más participativo, para que vayan directamente cooperativas o empresas con las cuales se pueda desarrollar más la asociatividad.

¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?

Si, justo tenemos un Plan Nacional para el cacao, dentro de este plan lo que se ha desarrollado es evitar estas atomizaciones (se está avanzando poco a poco) y están juntando a distintos organismos nacionales para generar un mejor desarrollo. Entiendo que

es un plan al 2030, de todas maneras con las promociones que se van dando, considero que ha sido fundamental en las exportaciones de cacao en el periodo que señalas, de manera positiva.

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos?

Si, como asociatividad, al ser varios socios en una cooperativa, existe un mayor capital que nos permite acceder a financiamientos y debe gestionar bien sus recursos, producción y comercialización para obtener buenos resultados del capital social y capital de trabajo. En cuanto a lo tecnológico el proyecto “innóvate” que permiten el acceso a la mejora en cuanto laboratorio, calidad, valor agregado para el sector de las cooperativas.

¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?

Sí, porque es parte de la cadena. La parte tecnológica ayuda a mejorar la productividad y calidad y la parte del financiamiento nos permite comprar el cacao y comercializarlos posteriormente, estos son necesarios para llegar a la exportación.

¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?

Particularmente como cooperativa recibimos constantes capacitaciones por parte de PROMPERU y del gobierno regional, sin embargo esto no es exclusivo de asociaciones o cooperativas, en cuanto exportaciones.

¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?

Si, como grupo te permite acceder a mejores precios y negociaciones para adquirir tecnologías y así mejorar la productividad y la comercialización. Como cooperativa se

accede a ferias internacionales para hacer las ventas y así mejorar todo el proceso en campo, almacenes, proceso de embalaje y logístico siendo una cadena.

¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

Si, considero que son factores fundamentales, ya que los requisitos han aumentado, siendo el tema de calidad y el tema orgánico. Si hablamos de forma general el financiamiento es necesario para poder ejecutar todo el proceso y hacer el uso de tecnología para mejorar en toda la cadena y las exportaciones.

¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?

Sí, porque al estar asociados permite acceder a volúmenes dando mayor poder de negociación tanto para ventas, como para compras y adquirir servicios y disminuyen ciertos costos. Nosotros como cooperativa la asociatividad es importante ya que nos asociamos a varias cooperativas como el APPCACAO ya que ello nos apoya a recibir financiamiento internacional.

¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

El tema de capacitación es independiente y depende de cada cooperativa y los accesos que tengan, nosotros estamos siendo capacitados de forma gratuita, con apoyo del gobierno y de proyectos internacionales.

Entrevista N°3: Joaquín Sancho

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

Ha habido una tendencia de crecimiento en las exportaciones por diversas razones, pero considero que más información se puede encontrar en la cámara de comercio del Perú, cámara del café y cacao para poder tener una idea más en concreto del volumen de exportación.

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

De igual manera, considero que, si ha habido una variación de crecimiento de las exportaciones tanto del café como del cacao en los últimos años, pero más información y más específica se puede encontrar en los portales dedicados a esto.

¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao?

Más que hablar de un mercado restringido, se suelen hablar de barreras de entrada y todo dependerá de la calidad del producto ofrecido, los mercados están ahí y hay más facilidades para poder ingresar a estos que antes por la digitalización de las empresas. Pero trabajando en un mercado con productos *commodities*, lo que se habla es más de las barreras legales ya que el factor de cambio en el producto está presente, esto debido a que existen nutrientes y minerales en el suelo, principalmente del cadmio que para los mercados europeos y su legislación está permitido solo un cierto nivel de este y cuando se pasa, no siempre es aceptado. Pero en líneas generales, uno puede exportar a cualquier parte del mundo solo si cuenta con la calidad suficiente para ello.

¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?

Definitivamente si pueden ser disminuidas, ya que una de las claves del éxito al largo plazo es el fortalecer la asociatividad desde un punto de vista empresarial y la calidad del producto. Asimismo, esto te permite trabajar con precio más competitivo y acorde con las

necesidades del agricultor y del mercado, ya que cuanto más fuerte es la asociatividad, más fuerte se es como negociador. Lo cual en ciertas ocasiones esto no ocurre, porque el peruano es muy desconfiado y hace que todo lo relacionado con el cooperativismo sea muy receloso, prefieren vender mal el café o cacao que trabajar en conjunto y poder aliarse para ser más unidos y fuertes en el mercado. Una recomendación, sería incidir más en este tema de la confiabilidad, no solo a nivel de producción, sino también en la comercialización que es aún más importante.

¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?

Producto de la asociatividad, la asociación se hizo más fuerte no solo con el producto que es de una calidad muy buena ya que es orgánica, lo cual para los clientes en el extranjero le atrae mucho, sino que por toda la historia de la empresa esta ha logrado posicionarse en el mercado internacional con precios competitivos y una buena calidad.

¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?

El estado no es la solución de nada sobre todo en temas agrícola, el estado es pequeño y muy ineficaz y ha tenido políticas muy inconstantes y erráticas en general. Lo mejor que puede hacer el estado es no intervenir mucho y dejar que el mercado naturalmente se vaya construyendo y desarrollando, ya que el estado no realiza lo que debería y no hace todo lo que promete. El estado, no ha hecho mucho para promover la asociatividad, he visto sí que ha implementado programas enfocados a talleres de capacitación, para el buen manejo de estos cultivos de café y cacao, ha ayudado en temas específicos, pero en términos de asociatividad no.

¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad?

No, considero que por lo anteriormente mencionado el Estado no ha invertido lo suficiente en los temas de la asociatividad.

¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

¿Por qué?

Debido a que el Estado no ha generado ningún tipo de estrategia de promoción, considero que las exportaciones no han incrementado producto de esto. Asimismo, existe un ejemplo muy concreto en el que el estado quería generar o crear 6 nuevas marcas de cacao en una región pequeña de la selva peruana, en donde no existe diferenciación de producto, lo cual es muy destructivo para el producto, son muy de corto de plazo y sin ningún interés real de mejora, ya que el estado solo desea demostrar que la inversión se ha realizado en algo, sin importarle mucho el daño que este puede generar.

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos?

En el caso de Kemito si ha permitido adquirir mayor cantidad de recursos, ya que asociativamente es muy fuerte, y todo está basado en el motivo que llevo a la creación de la Kemito, y es que existía un enemigo común que eran los invasores provenientes en su mayoría de la sierra, y que expropiaban terrenos de las poblaciones ashánincas.

¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?

Yo considero que es positivo, además que yo he realizado trabajos con Promperú, quienes, si han desarrollado cosas interesantes, principalmente desarrollando lo que se denomina la ruta exportadora y han ayudado facilitando al productor, la exportación de cacao y demás productos; esto lo hicieron personas calificadas con un propósito concreto que era ayudar a las exportaciones de dichos productores. Además, que se dieron cuenta

que no había una consistencia exportadora ya que estos productores exportaban una sola vez y al año siguiente paraban de hacerlo; y una de las soluciones que se planteaban para esto era fortalecer a las asociaciones.

¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?

Si considero que si ha logrado obtener un mayor conocimiento producto de la asociatividad, y este fue el tener una mayor diferenciación para poder ingresar a más mercados internacionales, ya que el cacao de Kemito están manejados con más y mejores procesos orgánicos, ya que están involucrados los mismos pobladores ashánincas quienes son los que entienden mejor de la calidad del producto; y a su vez los compradores internacionales entienden que el precio que pagan está sustentado en el no solo la calidad sino en el símbolo de lucha que representan los agricultores, debido a todas las amenazas externas a las que tuvieron que enfrentarse durante tanto tiempo.

¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?

Si ha generado una mejora, ya que la asociatividad cuando está bien gestionada exige un estándar de calidad a todos los asociados y cada uno de los involucrados en este proyecto se tiene que preocupar por la calidad y de cumplirlo, si este no se cumple se van y no forman mas parte de Kemito. Es por ello, que el tener las reglas claras te va a hacer mucho más consistente y tu producto será de mayor calidad.

¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

Si porque en Kemitto se preocupan por capacitarte en aspecto técnicos a los propios asociados y desde el principio se dan talleres con el fin de mejorar el proceso de producción y de calidad del producto.

¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?

Si, porque en ciertas ocasiones el no tener una cantidad suficiente de asociados te puede perjudicar a la hora de comercializar o de negociar. Además, debe de haber un balance entre la oferta y la demanda, sin tener que caer en la tentación del “blanqueo” que se origina en muchas ocasiones por la cantidad excesiva de demanda y al no poder cumplir con los clientes en el extranjero con su propio producto, adquieren de otro para poder llegar a la meta prometida, generando una baja de calidad.

¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

Si, debido a que como se generan en la asociación programas de capacitación constantes y desde el inicio la mejora en los procesos y la adquisición de la experiencia con el producto se hace mucho más eficiente, haciendo a la empresa mucho más competitiva y fuerte en términos de negociación.

Entrevista N°4: Adder Ayllón

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

Con respecto a la variación en el sector del cacao podemos darnos cuenta de que no ha sido prominente sino más bien un poco inestable al nivel del valor de las exportaciones entre el 2015 y 2020, pero esto corresponde a que en si el cacao en grano todavía depende mucho del precio internacional porque es considerado un *commoditie*.

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

En cuanto a las exportaciones de cacao se considera importante analizar que existe un nicho de mercado promisorio como es el caso de los cacaos finos de aroma, ya que su precio suele ser elevado a como está establecido en la bolsa de Nueva York o en la bolsa de Londres. Por otro lado, es importante también analizar las suscripciones comerciales y tener más información respecto al cacao, exportado desde Cusco, Puno, Junín, San Martín, entre otros; quienes tienen en cierto modo esa oferta en cuanto al cacao fino de aroma, en especial porque las altitudes son representativas.

¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao?

No es tan restringido, al contrario, como es un producto *commodity* el cacao en grano termina siendo uno de los productos que más acceso tiene en los mercados internacionales y prueba de ello es que está aproximadamente entre los cuatro primeros productos que más accesos tiene a nivel de mercados, especialmente con relación al tema sanitario ya que como es un producto a granel y que no es cosechado en varios lugares del mundo, posee una ventaja frente a los demás bienes producidos.

¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?

Si, considero que la asociatividad es mecanismo para poder disminuir las barreras de entrada, junto con lo anterior mencionado de que el cacao por ser un *commodity* presenta una ventaja para poder acceder a más mercados internacionales.

¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?

Es de más beneficioso el organizarse, ya que esto permite poder mejorar a un más a presencia en mercados internacionales, y sobre todo en este tipo de bienes como es el cacao, un solo productor no puede sostener por sí solo una demanda internacional; sobre todo uno de los modelos que mejor se han desarrollado son las cooperativas y por eso es importante contar con estas, ya que beneficia en varios aspectos como lo es la calidad, el precio y la negociación; esta última es relevante ya que no es lo mismo negociar con un solo productor, que con varios que trabajan en conjunto. Finalmente, cabe resaltar que uno de los problemas de productores es que no quieren asociarse a grandes cooperativas, sino prefieren contar con la menor cantidad de estos, lo cual perjudica en gran medida su poder de negociación y oferta del producto.

¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?

El estado impulsa todo lo que es el cooperativismo, no es nuestra competencia como Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, pero si es mucho más fácil trabajar con organizaciones asociadas o cooperativas, que ayudar a un grupo de agricultores individuales. Sin embargo, es importante que las cooperativas estén bien organizadas ya que de nada vale tener asociaciones con una falta de organización.

¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad?

Las políticas conducen a que un correcto desarrollo de estas asociaciones actualmente existe una dirección que se llama la dirección de asociatividad y desarrollo empresarial dentro del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, en el cual velan por la asociatividad y el cooperativismo agrario; asimismo tenemos al Ministerio de la Producción que vela por todo tipo de cooperativas independientemente de si son agrarios o manufactureros. Finalmente, estos dos ministerios se han dado cuenta de la importancia que tiene la

asociatividad y el cooperativismo, no solo constituir las, sino que sean sostenibles y ver la manera de poder fusionarlas, y MIDAGRI tiene el registro nacional de cooperativas agrarias bajo una nueva ley de perfeccionamiento de cooperativas agrarias, entonces existe una propuesta en relación a distintos beneficios económicos, pero se están realizando cambios en el estatuto es decir, que si antes te llamabas “ cooperativa agrícola” ahora tienes que llamarte “ cooperativa agraria”.

¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

¿Por qué?

Claro que, si es importante, no solamente en la constitución de las cooperativas sino el mantenimiento de las mismas dotándoles de capacidades a su gerencia, lo cual conlleva a que se pueda incrementar o ayudar a incrementar estas exportaciones de cacao.

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos?

Si considero que la asociatividad, por medio de este cooperativismo que presenta ha ayudado a la adquisición de más recursos tanto tecnológicos como financieros.

¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?

Considero que ha sido positivo, ya que las exportaciones dependen en gran medida de contar con recursos financieros para poder adquirir más insumos o materiales para la misma productos y en lo tecnológico contar con herramientas de optimización de procesos como softwares, entre otros.

¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?

Si, pero básicamente en lo que apoya el cooperativismo la asociatividad es atender mejores precios para la adquisición de insumos y lo otro es que si tienen mayor capacidad eso les permite tener más poder de negociación sobre los prospectos de clientes, a diferencia de que si esta asociación no existe o es muy débil.

¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?

Si, ya que como se mencionó anteriormente, al poseer mayor cantidad de hectáreas de producción generados en gran medida por la asociatividad permite que esta pueda obtener mejores procesos productivos.

¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

Claro que sí, ya que al tener una asociación que se está capacitando constantemente, los procesos de productos y aseguramiento de calidad van a ser mucho mejores, generando así que las exportaciones aumenten paralelamente.

¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?

Si definitivamente el número de asociados influye, ya que se puede comparar una asociación de 25 socios con otra de 250 socios, siendo la primera muy limitada para poder exportar, sin embargo, la que posee un mayor número de socios podrá hacerlo sin problemas o al menos le será más accesible el realizar esta actividad.

¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

Si, ya que cuando se tiene un personal más capacitado se pueden obtener mejores resultados, ya que los procesos de producción y aseguramiento de calidad van a ser mejores y así poder aumentar los ingresos de esta.

Entrevista N°5: Juan Epifanio Loayza Bellido

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

Para comprender las estadísticas hay que comprender el comportamiento de precios, entre el año 2015 y 2018, los precios internacionales del cacao han subido, 2000 dólares por tonelada a 2700 dólares, actualmente se tiene un precio de 2200 aproximadamente, los volúmenes que se están produciendo van en aumento en los últimos 15 años, es complicado comparar en base al interanual, ya que en el 2016 se obtuvo una ganancia de 300 millones de dólares y en el 2021 fue de 193 millones, es un tema de movimiento de precio y no estamos exceptuados de las oscilaciones que el mercado internacional pueda tener.

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

En términos de volúmenes, el producto cacao ha ido aumentando progresivamente a causa del incremento de precios del *commodity*. Por otro lado, los volúmenes de los últimos años han sido los mayores.

¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente

Se debe marcar un antes y después del 2019, hasta el 2018 no existían ningún problema para exportar el cacao en sus diferentes formas, el mercado europeo a partir del 2019 la comunidad europea puso en funcionamiento la regulación más estricta en cuanto se refiere a la norma de protección interna en su mercado, por lo tanto, el tratado peruano tenía

problemas para seguir ingresando al mercado europeo, básicamente por lo que llamamos residualidad de metales pesados, como agroquímicos, pero en este caso había presencia de cadmio, en este caso ha habido un freno para los envíos a Europa.

¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?

Por supuesto, la asociatividad permitió generar nuevos conocimientos frente a las barreras fitosanitarias existentes. El modelo asociativo ayuda a capacitarse en temas de restricciones a nivel internacional, debido a que estos grupos buscan internacionalizarse mediante las exportaciones, y estas barreras son superadas a través de constantes capacitaciones.

¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?

Se ha aprendido mucho en cuanto se refiere al manejo del cacao y calidad, hay un elemento importante para la calidad final del cacao, que es el proceso por fermentación, en los últimos 10 años este proceso ha cambiado para bien en el Perú, ya que era producido de manera empírica por grupos pequeños sin conocimiento, esto relacionado a la asociatividad en los últimos 15 años se ha presentado mucho apoyo de instituciones no gubernamentales y por parte del mismo estado, a través de DEVIDA por un afán de lucha contra la droga se erradicó los cultivos de coca y se reemplazó con cultivos alternativo y además un paquete tecnológico el cual enseñaba al pequeño productor a conseguir un mejor producto. El gobierno americano también ha intervenido a través de USAID y CHEMONICS, organismos financieros que han ayudado a financiar proyectos productivos, capacitaciones, tecnología a productores organizados, logrando que los productores sueltos se asocien, por la cual la empresa asociativa hace un medio para ello.

¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?

Es insuficiente, sin embargo el cacao y el café se encuentra dentro de la lista de cultivos que el estado tiene en prioridad a través de MINAGRI, hemos tenido una serie de problemas, en el 2021 se ha lanzado una nueva ley general de cooperativas agrarias, esto beneficia sobre todo al pequeño productor es el que le da el valor adicional, valor industrial que se le da al grano de cacao, por otro lado el gobierno también incentiva a algunos organismos a financiar proyectos productivos, como AGROIDEAS a través del MINAGRI, con un presupuesto considerable para poder fortalecer a las organizaciones, en gestión, técnica e infraestructura.

¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:

Si ha invertido lo suficiente, sin embargo, esta promoción no mantiene a las asociaciones a largo plazo, debido a que se concentra en la mayor creación de asociaciones y no enfoca el apoyo a reducir la cantidad y mejorar calidad. La creación de una asociación implica que debe apuntar sus actividades a un solo objetivo.

¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

¿Por qué?

Si definitivamente, cuando se observa la estadística de quienes son los que exportan cacao procesado se observaba años atrás solo las empresas grandes y conocidas, pero de pronto en el ranking de exportadores han aparecido cooperativas como ACOPAGRO o NORANDINO, la materia prima del cacao de especialidad como el cacao fino de aromas es producido por pequeños productores es muy solicitada por grandes industrial que

compran exclusivamente a cooperativas y no a empresas privadas, haciendo que de esa manera las cooperativas se sientan muy fortalecidas por su desenvolvimiento internacional.

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:

La parte financiera local es complicada, no hay entidades financieras que den crédito, quizás unas cajas rurales, pero con tasas de interés muy elevadas, sin embargo la banca social está conformada por pequeños bancos internacionales que se caracterizan exclusivamente en colocar créditos a pequeños productores pero que cuenten con contratos de exportación, la banca local no está activa pero hay muchos organismos internacionales que participan continuamente.

¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?

Por supuesto que sí, estas asociaciones no lograrían realizar sus actividades sólo con el instrumento de la asociatividad, necesitan apoyo financiero principalmente para aumentar productividad y lograr ingresar a mercados internacionales, a través de la generación de competitividad

¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?

Si, internacional mente hay instituciones que hacen campañas anuales que no solo se enfocan en el tema comercial, sino que también apoyan en el tema de gobernanza a los dirigentes para que sepan cómo se maneja de manera adecuada una empresa asociativa.

¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?

Si, un productor que se encuentra en un lugar recóndito no va a tener a quien vender su producto, pero si se encuentra dentro de una cooperativa, estas cuentan con técnicos que además de dar información acerca de cómo mejorar la técnica, a como producir mejor, mejorar las prácticas agrícolas y me ayudan a producir más, a que el costo de producción sea menor y si tengo un buen producto este mejor valorado, los productores pequeños difícilmente logran comercializar el grano a buen precio pero a través de una cooperativa esta que cuenta con certificaciones de calidad puede colocar el producto a muy buen precio.

¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?

Si, la productividad en el Perú es muy baja, en general se producen 900 kilos por hectárea, en algunas zonas donde se produce el cacao chuncho siendo uno de los más solicitados se producen 400 a 500 kilos por hectárea, pero en cooperativas que cuenten con un buen paquete tecnológico la productividad ha alcanzado 1500 a 3000 kilos y se nota un gran avance.

¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

Esto depende de la asociación, dado que las capacitaciones deberían ser realizadas por el Estado, en su intento de promocionar esta herramienta, sin embargo, al ser una ayuda tan precaria, las organizaciones capacitan al personal que necesariamente debe conocer este aspecto.

Entrevista N°6: Juan Carlos Prada

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

Considero que ha sido positiva, sin embargo, como el cacao es un *commodity* y depende del precio internacional entonces no ha permitido que sea tan significativo su crecimiento. Asimismo, es importante resaltar que hubo ciertas restricciones para este producto debido al cadmio, lo cual hizo que su crecimiento se vea afectado.

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

Ha sido una variación importante, ya que este producto (cacao) tiene un mercado internacional muy elevado, lo cual permite que la cantidad exportada sea mayor y varíe de acuerdo con los estándares impuestos por los países de destino y así como la demanda de estos.

¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao?

Considero que las barreras que existen no los ponen los países, sino principalmente la calidad de los productos y la organización para la exportación, dado que contamos con tratados de libre comercio con varios países; por lo que ha habido un crecimiento de las organizaciones, sin embargo, la pandemia ha golpeado un poco al sector por temas de transporte, traslado. Por otro lado, si considero que hay posibilidad y no es tan restringido siempre y cuando la calidad que se requiere este presente. En adición, desde el punto de vista de la asociatividad, se ha convertido en una fuente principal de organización para que se puedan lograr los volúmenes de exportación.

¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?

Definitivamente, porque cuando uno forma parte de una cooperativa o asociación tienes mayor posibilidad de tener productos de diversa calidad, lo cual te puede permitir acceder a diversos mercados; y muy por el contrario si es que se es parte de una asociación el cual

no presente una calidad óptima, puede que no la pase muy bien o no genere el impacto deseado. Sin embargo, considero que las asociaciones y cooperativas saben manejar muy bien estos temas, pero para las que no puedan exportar este producto al extranjero, siempre está la posibilidad del mercado local.

¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?

La asociatividad o cooperativas saben muy bien de que la calidad del producto se debe de mantener, con el fin de que se pueda acceder a nuevos mercados o mantener su exportación a los actualmente atendidos. Asimismo, es importante resaltar que, si bien no necesariamente siempre se puede exportar, el mercado nacional está siempre disponible para que se comercialice en él.

¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?

Las asociaciones existen hace mucho tiempo, incluso antes de que se necesite un apoyo como tal para impulsar su creación, la cual siempre ha dependido del correcto manejo de los dirigentes de dichas asociaciones (gerentes, presidentes, entre otros.). Por otro lado, desde el Estado entidades como Promperú, Produce, MINCETUR cuentan con programas que ayuda a crecer o fomentar este cooperativismo. Asimismo, Promperú tiene programas de consorcio de exportaciones en donde también se promueve la asociatividad. Es por ello, que en líneas generales se puede decir que, si existe el apoyo, pero va a depender mucho de quienes estén a la cabeza de dichas organizaciones y como lo aprovechan.

¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad?

Si se ha invertido básicamente en brindarles mayor visibilidad y notoriedad a las asociaciones, así como también en los distintos programas que han permitido un correcto desenvolvimiento natural de dichas organizaciones.

¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

¿Por qué?

No considero eso, porque en estos sectores y en especial el del cacao ha habido bastante apoyo por parte del Estado; sin embargo, va a depender mucho de la propia gestión y las decisiones que tomen dentro de estas asociaciones, para que aumenten sus exportaciones.

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos?

En efecto, cuando se es parte de una asociatividad esta te permite aumentar no solo tu capacidad productiva, sino que además permite que los organismos internacionales lo consideran más para brindar capitales financieros, lo cual genera que esto permita la adquisición de recursos tecnológicos.

¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?

Definitivamente es positivo, esto debido a que cuando se tiene una mayor capacidad de recursos tecnológicos, la comercialización y exportación de los productos aumentan, ya que el proceso se agiliza. Asimismo, los recursos financieros permiten que se sigan comprando más materiales, con el fin de aumentar la capacidad instalada de las organizaciones.

¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?

Sí, pero principalmente quienes manejan estos procesos de exportación son las mismas personas a cargo de la cooperativa o asociación, ya que algunos se dedican a producir y otros quienes son los que se encargan de toda parte logística y de exportación. Además, es cierto que si existe un traspaso de conocimiento hacia el productor los cuales con el tiempo podrían también aprender todo lo necesario con respecto a las exportaciones, sin embargo, por temas de volumen sería casi imposible que un solo productor pueda abastecer la demanda internacional, por lo que es importante contar con una asociatividad.

¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?

Claro que, si porque en todo lo que es el compartir experiencias, en base a una línea genética, las buenas prácticas; lo cual es un proceso de aprendizaje para todos los productores y se da gracias al pertenecer a una organización de este tipo.

¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

Por supuesto que sí, sin la presencia de estas organizaciones no se tendrían los volúmenes que se exportan del cacao y sus derivados.

¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?

Si el número de asociados es relevante, ya que cuando se tiene un número elevado de personas o socios trabajando por un mismo objetivo, el desempeño de las exportaciones se fortalece y permite que se aumente los beneficios para todos los miembros de esta.

¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

Si, pero para el productor más relacionado a mejorar sus procesos productivos, específicamente cosecha, recolección, tratamiento de plagas y hasta generar u obtener certificaciones (certificación orgánica); lo cual es importante la capacitación en las buenas prácticas y eso genera un control, siendo este más relevante que un curso netamente de lo que significa la exportación.

Entrevista N°7: Marco Vélchez

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en valor FOB entre los años 2015-2020?

Debido a ciertas restricciones impuestas en los últimos años con este producto (cacao) la variación en las exportaciones no ha sido de manera tan significativa como se hubiese esperado; sin embargo, en términos generales el cacao peruano es muy reconocido a nivel internacional, lo cual siempre lo hace un bien atractivo para el mercado extranjero.

¿Qué opina acerca de la variación en las exportaciones de cacao en términos de cantidad exportada entre los años 2015-2020?

Considero que ha sido positiva, a pesar de las restricciones que fueron impuestas al producto cacao en el 2019 por el mercado europeo, esta al ser un producto commodity, está siempre sujeta a los precios internacionales, por lo que es importante resaltar que su variación no se ve afectada como otros productos peruanos que no cuentan con este beneficio.

¿Qué tan restringido considera el ingreso a mercados internacionales para el producto cacao? Si es así preguntar lo siguiente

Principalmente se da en el mercado europeo con los metales pesados y los niveles que el cacao debe tener para poder exportar y, por ende, ingresar. Asimismo, para los mercados asiáticos o americano, no ha habido muchas restricciones.

¿Considera usted que producto de la asociatividad, esta barrera de ingreso pudo ser disminuida?

Sí, porque producto de la asociatividad y mediante los esfuerzos conjuntos de los integrantes de estas organizaciones, brindan mayor seguridad para el comercio internacional. Asimismo, los clientes internacionales requieren de una mayor confiabilidad, y gracias a la asociatividad, esta genera una mayor capacidad de desarrollo de los procesos internos, así como del traspaso de conocimiento logístico; lo cual lo hace más atractivo para el ingreso a mercados extranjeros, al mantener productos más homogéneos.

¿De qué manera, la asociatividad ayudó a mejorar la participación en el mercado internacional para el producto cacao?

Producto de la asociatividad, se puede generar una sola unidad de trabajo y de los esfuerzos, lo cual ha permitido que el producto mantenga un solo estándar de calidad; generando así, que los clientes internacionales vean a los productores de cacao peruano como uno muy atractivo para hacer negocios.

¿Considera que el Estado brinda el apoyo suficiente para promover la asociatividad en la actualidad? Si es así, ¿De qué manera?

El Estado en general si trabaja para mantener a la asociatividad como una arista de competencia, siendo así que el cacao al estar presente dentro de las empresas que trabajan con los denominados “*superfoods*”, entonces este también recibe el apoyo

necesario para su crecimiento y correcto desarrollo. Asimismo, el Estado mediante las entidades competentes ha ayudado a promover esta asociatividad, como por ejemplo Promperú mediante el programa de la dirección de desarrollo exportador, lo que se busca es capacitar a las empresas en términos de exportación.

¿Usted cree que el Estado ha invertido lo suficiente en la promoción de la asociatividad? Si es así, preguntar la siguiente:

Si el Estado ha invertido en todo el tema de la asociatividad, en como esta funciona y sobre todo los beneficios derivados de las exportaciones. Asimismo, como se mencionó existen programas que se desarrollan con el fin de ayudar a las empresas a que generen su propio sistema de exportación y que también aprendan a como se debe de desarrollar correctamente.

¿Usted cree que la inversión en la promoción de la asociatividad ha sido fundamental para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020? ¿Por qué?

Si, esto debido a que como mencione se ha generado programas que incentivan a los productores a generar una mayor cantidad de exportación, por lo que el cacao al ser un producto de alta demanda se ve afectada directamente, lo cual ha generado que su aumento en las exportaciones sea significativo.

¿Considera que la asociatividad ha permitido mejorar la adquisición de recursos financieros y tecnológicos? Si es así, preguntar lo siguiente:

Sí, porque cuando se habla de asociatividad que están formalmente desarrolladas y compuestas, estas tienen una mayor confiabilidad, lo cual permite que la adquisición de recursos tanto financieros como tecnológicos, puedan ser de más fácil acceso.

¿Considera que estos recursos financieros y tecnológicos generaron un efecto positivo o negativo en las exportaciones de cacao?

Totalmente positivo, ya que cuando se cuentan con una mayor cantidad de recursos financieros, esta permite que se pueda adquirir no solo más confiabilidad en términos financieros, sino que además la adquisición de recursos tecnológicos, los cuales ayudan a la optimización de procesos.

¿Considera que la asociatividad ha permitido obtener un mayor conocimiento sobre el proceso de exportación para el producto cacao? Si es así, ¿Cuál fue el conocimiento más relevante que se obtuvo?

Si, ya que en muchos casos las asociaciones generan un manejo de información conjunta, lo cual permite que no solo se aprendan factores administrativos, sino también en términos de exportación, lo cual al final es lo más importante dentro de estas organizaciones, ya que se busca un crecimiento internacional.

¿Considera que la asociatividad ha generado una mejora en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, etc.)? Si es así, ¿De qué manera?

Definitivamente, la asociatividad permite en todo nivel que, dentro de esta, los productores y demás miembros transmitan de una manera más eficiente todos los conocimientos necesarios, entre ellos la plantación, cosecha, entre otros; lo cual permite que la producción aumente exponencialmente.

¿Considera que tanto los recursos como habilidades generadas por la asociatividad han sido fundamentales para incrementar las exportaciones de cacao en el periodo 2015-2020?

Definitivamente, las habilidades compartidas dentro de una organización permiten un crecimiento sostenido, lo cual se ve reflejado especialmente en las exportaciones o el ingreso a nuevos mercados.

¿Considera que el número de asociados influye en la viabilidad y desempeño exportador de la empresa? ¿De qué manera?



Por supuesto que influye, si hay un número muy reducido entonces no se podrían desarrollar los procesos de manera adecuada, así como si se cuenta con una cantidad excesiva, todo el proceso puede convertirse en algo muy complicado de manejar, es por ello que las organizaciones deben de tratar de mantener un equilibrio, y así se logran mejores resultados.

¿Considera que, producto de la asociatividad, el capital humano se capacita mediante aprendizajes compartidos y obtiene mayor experiencia en el sector?

Si, como mencione anteriormente la capacitación se da a todo nivel dentro de una asociación, lo cual hace que la transmisión de conocimiento sea aún más efectiva y tenga un impacto más significativo en el desarrollo de la cooperativa.

Anexo N°8: Formato de encuesta

ENCUESTA A EXPERTOS SOBRE EXPORTACIONES DE CACAO Y LA ASOCIATIVIDAD

 **oscarmontesinoswong1996@gmail.com** (no compartidos) 

[Cambiar de cuenta](#)

*Obligatorio

DATOS DEL EXPERTO

N° DE RUC (si representa a alguna Asociación o Cooperativa) o N° DE DNI *

Tu respuesta _____

RAZÓN SOCIAL (si representa a alguna Asociación o Cooperativa) o NOMBRES * Y APELLIDOS

Tu respuesta _____

DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO

Los mercados destino de las exportaciones de cacao fueron mas accesibles *
debido a la asociatividad

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

El volumen exportado de cacao ha aumentado durante los años 2015-2020 *
producto de la asociatividad

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

ASOCIATIVIDAD

Las asociaciones y/o cooperativas son mas competitivas para exportar que *
otras empresas

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Los recursos financieros y tecnológicos obtenidos por la asociatividad tuvieron *
un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-
2020

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Las habilidades en el proceso productivo (plantación, cosecha, procesamiento, *
exportación) obtenidos por la asociatividad tuvieron un impacto positivo en las
exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

El conocimiento del proceso de exportación obtenidos por la asociatividad *
tuvieron un impacto positivo en las exportaciones de cacao durante el periodo
2015-2020

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La promoción de la asociatividad por parte del Estado ha sido fundamental para *
incrementar las exportaciones de cacao durante el periodo 2015-2020

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

El Estado ha invertido y/o apoyado lo suficiente para promocionar la *
asociatividad en la región Junín

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Enviar Borrar formulario

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

Anexo N°9: Cuestionarios realizados para análisis cuantitativo: encuestas

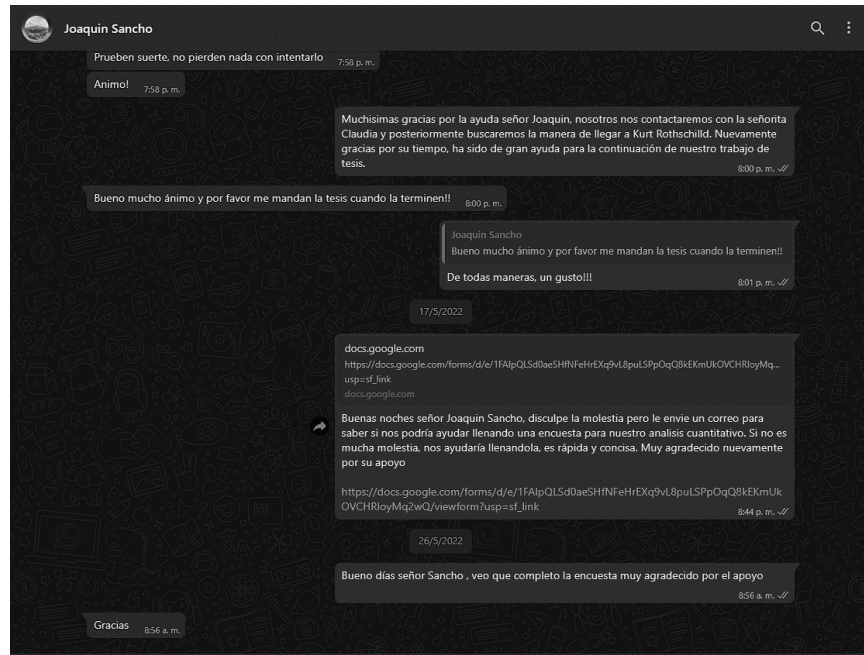
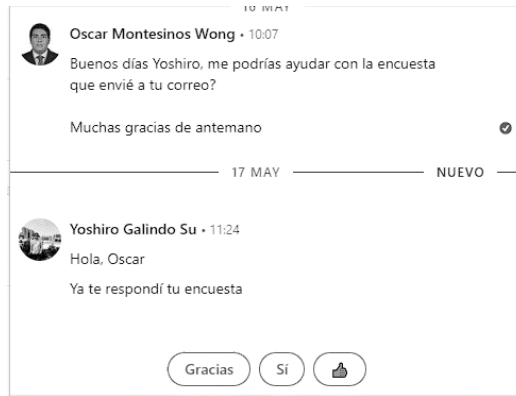


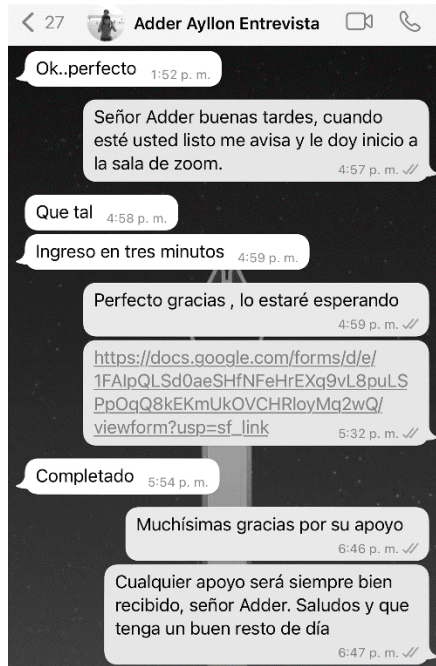
Oscar Montesinos Wong <oscar Montesinoswong1996@gmail.com>
para Yoshigasu23, bcc: goncarrillo97

Buenas tardes Sr. Yoshiro Galindo, la adjunto nuestra encuesta para validación, si pudiera responder este correo cuando la haya finalizado, le agradecería mucho

Saludos.

<https://forms.gle/x34N7NgtiJwb3kgcA>





Solicitud de Encuesta



Oscar Montesinos Wong <oscar Montesinoswong1996@gmail.com>

para cacpangoa, bcc: ventas, bcc: coopavre, bcc: caicc, riotambo.vraem, bcc: ventas, bcc: aposgerente, bcc: goncarrillo97

sáb, 14 may, 19:12 ☆ ↶ ⋮

Buenos noches señores, mi nombre es Oscar Montesinos Wong, participante del programa de titulación de la facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Me comunico el día de hoy en primer lugar esperando que al momento del envío de este correo se encuentre bien.

El motivo del correo es para solicitar su apoyo en el llenado de una encuesta, con el objetivo de obtener información requerida para el estudio de nuestro proyecto de investigación el cual trata de: "Efecto de la competitividad en las exportaciones de cacao generado por la asociatividad en el periodo 2015-2020".

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd0aeSHfNFeHrEXq9vL8puLSppOqQ8kEKmUkOVCHRloyMq2wQ/viewform?usp=sf_link

Apreciaría que respondiera este correo al momento de finalizar el llenado de la encuesta.

Muchas gracias por su apoyo.

Saludos cordiales.

↶ Responder

➦ Reenviar