

# FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACIÓN DE LOS  
PRODUCTORES DE TARA SAN MARCOS –  
CAJAMARCA, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Leydi Graciela Cerdán Díaz

Asesor:

Mg. Carlos Alberto Ordoñez Astopilco

Cajamarca - Perú

2021

## **DEDICATORIA**

La presente investigación se la dedico de manera especial a Dios, por permitirme culminar una etapa más en mi vida. A mis padres, mis tíos y mi hermano, quienes me han apoyado durante todo el proceso de mi formación profesional y personal.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero empezar agradeciendo a Dios por permitirme culminar mi carrera profesional, a mis padres, mis tíos, mi hermano y mi cuñada que me han brindado todo su apoyo durante esta etapa de mi vida. A la Universidad Privada del Norte y a cada uno de los docentes por todos los conocimientos impartidos y, a mi asesor por todo el soporte y tiempo brindado.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPITULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
1.1 Realidad problemática .....	9
1.2 Formulación del problema .....	24
1.3 Formulación de problemas específicos .....	25
1.4 Objetivos .....	25
1.4.1 Objetivo general .....	25
1.4.2 Objetivos específicos .....	25
1.5 Hipótesis .....	26
1.5.1 Hipótesis general.....	26
1.5.2 Hipótesis específicas.....	26
<b>CAPITULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>27</b>
2.1 Tipo de investigación .....	27
Enfoque.....	27
Diseño.....	27
Tipo.....	28
2.2 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	28
Población .....	28
Muestra.....	28
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	29
2.3.1 Métodos.....	29
2.3.2 Técnicas .....	30
2.3.3 Instrumentos.....	30
2.4 Procedimiento .....	30
Validez y confiabilidad de información .....	31
Para analizar la información .....	35
Aspectos éticos de la investigación .....	35
<b>CAPITULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>36</b>
<b>CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>56</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>70</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Escala de medición de la encuesta .....	31
<b>Tabla 2</b> Bases teóricas de las dimensiones de la variable de Asociatividad .....	31
<b>Tabla 3</b> Bases teóricas de las dimensiones de la variable de Exportación.....	32
<b>Tabla 4</b> Tabla de escalas del Alpha de Cronbach .....	34
<b>Tabla 5</b> Valor del Alpha de Cronbach que demuestra la confiabilidad del cuestionario aplicado .....	34
<b>Tabla 6</b> Beneficios de la asociatividad para los productores de tara del centro poblado de Saparcón.....	36
<b>Tabla 7</b> Competitividad de los productores de tara del centro poblado de Saparcón .	38
<b>Tabla 8</b> Acciones de apoyo por parte del gobierno del Perú a los productores de tara del centro poblado de Saparcón .....	40
<b>Tabla 9</b> Oferta exportable de los productores de tara del centro poblado de Saparcón .....	42
<b>Tabla 10</b> Comercialización de tara en el extranjero.....	44
<b>Tabla 11</b> Certificaciones que el país destino exige .....	46
<b>Tabla 12</b> Valoración porcentual moda, de las dimensiones de la variable asociatividad .....	48
<b>Tabla 13</b> Valoración porcentual moda, de las dimensiones de la variable exportación .....	49
<b>Tabla 14</b> Valoración porcentual entra la variable asociatividad y la variable exportación .....	50
<b>Tabla 15</b> Escala de valoración de Correlación de Spearman .....	51

<b>Tabla 16</b> Coeficiente de Correlación de Spearman.....	51
<b>Tabla 17</b> Coeficiente de Correlación Hipótesis específica 1 .....	52
<b>Tabla 18</b> Coeficiente de Correlación Hipótesis específica 2 .....	53
<b>Tabla 19</b> Coeficiente de Correlación Hipótesis específica 3 .....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Gráfica porcentual de la dimensión beneficios .....	37
<b>Figura 2</b> Gráfica porcentual de la dimensión competitividad.....	39
<b>Figura 3</b> Gráfica porcentual de las acciones de apoyo.....	42
<b>Figura 4</b> Grafica porcentual de mejora de calidad de la tara e internacionalización .	44
<b>Figura 5</b> Gráfica porcentual de comercialización .....	46
<b>Figura 6</b> Gráfica porcentual de certificaciones que el país exige .....	47
<b>Figura 7</b> Modelo de Minuta para la formación de una asociación de productores de tara .....	80
<b>Figura 8</b> Matriz FODA .....	86
<b>Figura 9</b> Propuesta de estructura organizacional de la asociación de productores de tara del centro poblado de Saparcón .....	87
<b>Figura 10</b> Temas de capacitación al productor .....	90
<b>Figura 11</b> Modelo de certificación de origen.....	91

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general establecer la relación entre asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020. Para lo cual, se implementó un estudio no experimental de tipo propositivo – correlacional y se empleó la técnica de recolección de datos a través de un cuestionario el cual fue aplicado a 15 productores. Dentro de los resultados obtenidos luego de realizada la aplicación del instrumento, se llegó a la conclusión de que los productores obtendrán mejores y mayores ingresos de la que ahora perciben, así también, accederán a mejores oportunidades incursionando en el mercado internacional. Y de esta manera, podrán aunar esfuerzos teniendo mayor capacidad de producción, reducción de costos, mayor poder de negociación, mejor toma de decisiones, estandarización de calidad, entre otros beneficios que se fortalecerán y aprovecharán si se logra constituir la sociedad. Por último, en este estudio se ha demostrado la correlación directa existente entre asociatividad y exportación luego de haber realizado el Coeficiente de Rho Spearman en el que se obtuvo un valor de 0.782

**Palabras clave:** Asociatividad, asociación, exportación, tara.



## CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad problemática

La globalización por la cual estamos atravesando trae consigo constantes cambios en el mercado, a los cuales los emprendedores y empresarios se deben adaptar para captar los beneficios que estos significan; buscando mejorías tecnológicas, financieras y competitivas con la finalidad de tener una mayor probabilidad de participación en el mercado y fidelización del cliente objetivo, así también, obtener experiencia en exportación que permita tener una mayor visión. A partir de esto, es que se decide proponer una asociación de productores de tara, con la finalidad de brindarles las herramientas y el conocimiento para expandir sus horizontes con miras a la internacionalización.

Por lo expuesto, se define a la asociatividad agrícola como la “acción de cooperación entre los agricultores individuales y/o empresas agrícolas pequeñas y medianas que se unen por voluntad propia en un esfuerzo conjunto para enfrentar la globalización y competitividad de los mercados logrando un objetivo común” según lo menciona el (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural [MINAGRI], 2009), lo cual afirma que dicha sociedad es formada para contrarrestar las debilidades que los socios presenten y se aproveche las fortalezas que cada uno posee, para de esta manera aprovechar las oportunidades. Lo cual se reafirma con lo que menciona Huang (2013) pues define a “las cooperativas de agricultores como un sistema de operación agrícola que mantiene ventajas de funcionamiento domestico mientras se mitigan sus desventajas” y de las cuales se tiene que promover una operación más vertical, a fin de

eliminar intermediarios con la finalidad de que el agricultor se acerque a la cadena productiva.

Por tal motivo, en el ámbito internacional la formación de asociatividades en los diferentes países resulta siendo una forma de afrontar los nuevos desafíos que el mercado mundial exige, ya que como lo mencionan Zhong et al. (2017) la formación de asociatividades ha ido incrementando exponencialmente durante los últimos años, pues para aquel entonces en China existían cerca de 1.5 millones de cooperativas, lo cual apoya a vincular a los pequeños agricultores con los mercados. Al respecto, Corbalán (2013) menciona que, en Malasia, el 27% de la población pertenece a una cooperativa, en Bangladesh cerca del 80% de la población vive en zonas rurales y, finalmente, en la India el 65% de cooperativas son agrarias, lo cual confirma que las cooperativas con mayor facturación, son las asiáticas.

Agregando a lo anterior, Bezus y Bilotkach (2018) mencionan que posterior a la segunda guerra mundial se empezaron a crear en mayor cantidad asociaciones de productores, teniendo mayor participación en Estados Unidos puesto que hay alrededor de 489 cooperativas de agricultores que destacadamente participan en el mercado con productos agrícolas orgánicos. Igualmente, la Unión Europea se integra con una importante participación en la formación de cooperativas agrarias orgánicas y para lo cual se ha implementado un programa de Desarrollo Rural para va desde el 2014-2020, siendo esto lo que generó cuantiosos resultados del crecimiento del mercado en productos especializados en Francia y que esto a su vez se ha venido desarrollando en Ucrania, pues desde el 2013 el indicador de crecimiento de constitución de cooperativas de agricultores orgánicos ha venido incrementado en un 110%.

Por otra parte, Corbalán (2013) menciona que en Latinoamérica, se viene incrementado la cantidad de cooperativas desde la década de los 90 y la primera década del siglo XXI, mismo que va de la mano con el desarrollo económico y agroindustrial de los países que componen esta región, pues a la fecha ha agrupado a más de 20 millones de personas que a su vez han mejorado su calidad de vida y también aportan enormemente a la economía de su país, apoyando así a la disminución de la pobreza de los grupos que integran estas asociatividades a las cuales se les permite tener un mejor estilo de vida, mayor participación en el mercado y acceso a otros servicios.

A razón de esto, la asociatividad ha adquirido con el pasar de los años una posición valiosa dentro de un país, ya que trae consigo una serie de beneficios dentro de los cuales según Guayasamin y Montero (2017) destacan: poder de negociación, facilidad para captar financiamientos, mejores beneficios para la obtención de materiales e insumos, precios más exequibles logrando así desarrollo dentro de la comunidad (pp.866,869). Con relación a esto, Albuquerque y Rodríguez (2015) afirman que esta estrategia forma parte de la nueva modernidad para aprovechar las nuevas oportunidades que se van presentando a la agricultura y es el pequeño agricultor el principal beneficiado. Es por eso que, Gonzales (2018) resalta la importancia de la formación de asociaciones en el sector agricultura, con el objetivo de que los ingresos económicos y la calidad de vida de los integrantes se mejore, pues a partir de esto se contribuye al fortalecimiento de las sociedades en el lugar en el que se desarrollan. Con relación a esto Melo et al. (2017) mencionan que todo dependerá de cómo la población rural se ajuste a las nuevas exigencias para poder insertarse en un mercado más competitivo y así sembrar nuevas oportunidades que se verá reflejado en el desarrollo de esta o el área geográfica en la que se desenvuelven contribuyendo con: la creación

de puestos de trabajo para los ciudadanos, mejor gobernanza de los territorios, toma de decisiones de manera colectiva y de igual manera la calidad y la gestión del conocimiento, tal y como lo menciona Suárez et al. (2019) , pues esto también contribuye a que se pueda lidiar de una manera más inteligente las crisis que se presentan y se trabaje aunadamente para sobresalir y sacar provecho de la situación para fortalecerse.

De esta manera Suárez, et al. (2019) afirma que dentro de las ventajas que representa la asociatividad de productores se encuentran las siguientes: ingreso a nuevos mercados, mayor desarrollo de productos y servicios, desarrollo de economías de escala y uso apropiado de las fortalezas frente a los competidores. Adicionalmente, se destaca la importancia de desarrollar un comercio justo a fin de darle un mayor realce al producto que se desea exportar y este tenga mejor acogida en el mercado objetivo. Y, por supuesto, también se debe considerar el conocimiento que han obtenido los socios en el ejercicio de su oficio, a fin de que se tenga una mayor disposición de integración.

En adición a lo expuesto anteriormente, Esan (2019) menciona que el sector agro negocios ha contribuido una importante cantidad durante los últimos años para el incremento del volumen de las exportaciones, y, a su vez cabe destacar que el 25% de los envíos al exterior corresponden a pequeños productores que decidieron asociarse. Sin embargo, es importante que se reciba el soporte y las capacitaciones necesarias por parte de alguna entidad gubernamental o no gubernamental para cumplir con la estandarización, calidad y cantidad mínima requerida por el cliente extranjero e incluso desarrollar marcas individuales o colectivas que permita establecer una clara

diferenciación frente al competidor y, porque no, buscar obtener un sello Fair Trade que garantice la transparencia de la asociación.

En el ámbito nacional, existe una gran cantidad de asociaciones dentro de las cuales como dice. (La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO 2017) se considera dentro de los casos de éxito a La Cooperativa Agraria de Productores de Semilla Certificada de la región Puno, la cual fue constituida con el apoyo de esta organización en el año 2014 y, a la fecha tiene 93 agricultores que poseen capacitación especializada para la producción de semillas certificadas de quinua. De igual modo, se presenta un caso similar de los productores piuranos del Valle del Chira, quienes a partir de su asociatividad participaron en el concurso de AGROIDEAS en el año 2013 concurso en el cual, pudieron conseguir la construcción de 5 centros de empaquetadoras y hoy en día, proveen de este producto a Europa y Asia. Es importante mencionar que parte del éxito de esta asociación es contar con certificaciones tales como: Comercio Justo, Orgánico y Global Gap los cuales facilitan cumplir con los estándares de calidad que exige el mercado internacional. (Agroideas, 2021)

En consecuencia, las exportaciones de los productos agropecuarios peruanos se encuentran en auge ya que según (AgrodataPeru, 2021) respecto del año 2018 y 2019, ha mostrado un incremento de 5.4%, lo cual reafirma que el Perú tiene productos potenciales y atractivos para el cliente extranjero, pues se ha venido mejorando y buscando obtener las certificaciones que se exigen para que llegue al consumidor final, y se mejore la competitividad de la producción nacional Márquez et al. (2020) afirman, que el Perú ocupa la posición 63 entre 140 economías, posicionándose en cuarto lugar en Sud América y sexto en Latinoamérica y el Caribe en el nivel de competitividad,

con lo que se puede afirmar que hay un largo camino por recorrer y ahora con la crisis económica Post Covid-19 será de vital importancia buscar caminos que nos ayuden a poder sobrellevarla de la mejor manera y que el gobierno apueste por sectores que brinden a largo plazo beneficios para todos.

Conviene destacar lo mencionado por Agraria (2018) el cual menciona que el Perú produce más del 90% de tara a nivel mundial, ya que se cuenta con 7 mil hectáreas que han sido promovidas por empresas privadas y otras por el gobierno. Dicho producto, cuenta con un gran potencial por ser demandado como materia prima para diversos productos. Sin embargo, para captar una mayor porción del mercado es importante multiplicar la producción de este, a fin de que se incremente la participación de este producto en el mercado mundial. Actualmente, la producción nacional de tara es de 40 mil toneladas, de las cuales el 80% proviene de bosques silvestres ubicados en los departamentos de Cajamarca, Ayacucho, Ancash, Huánuco y Cuzco. Siendo Cajamarca el principal departamento con mayor exportación de tara teniendo un total de 22,000 toneladas de tara en polvo en el año 2018.

Entorno a lo antes mencionado, Salas (2016) alega que parte del problema por el cual existe escaso desarrollo comercial de los pequeños y medianos productores es debido a que no se incrementa los niveles de asociatividad en estos, y por lo cual, no existe un desarrollo empresarial del agro que permita aprovechar las oportunidades en el sector. A partir de esto, es que se asevera se debe impulsar e implementar la asociatividad en mayor medida con la finalidad de intercambiar experiencias y conocimientos acerca de los diferentes temas que ello involucra y que esto a su vez promueva el desarrollo de un espacio de interacción para la construcción de redes sociales y relaciones que permitan un mejor flujo de información entre los miembros

para lograr así colocar los productos fuera de sus fronteras. Así mismo, se busque prevalecer el acceso a recursos y activos clave que contribuyan al fortalecimiento de las relaciones y alianzas con organismos gubernamentales y no gubernamentales, lograr tener acceso a mercados más rentables.

Es necesario también, acentuar que se debe mantener la calidad de los productos ya que el cliente extranjero valora y exige un producto de calidad, el cual debe cumplir con los certificados que el país destino lo requiera, pues según la (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2017) en su publicación *¿Es la certificación algo para mí? Una guía práctica sobre por qué, cómo y con quien certificar productos para la exportación* hace referencia que el cliente con el pasar de los años se vuelve más consciente de los problemas ambientales, sociales y el comercio de los productos agropecuarios que consumen y, en respuesta a esto, se han desarrollado programas y empresas certificadoras para brindar la fiabilidad que el cliente requiere al momento de decidir su compra, es por ello, que se ha desarrollado una agricultura orgánica que busca enfatizar la fertilidad del suelo y la actividad biológica con el fin de no usar fertilizantes ni plaguicidas que atenten contra la salubridad del producto, el medio ambiente que lo crea y el organismo que lo consume.

Es necesario resaltar que respecto al destino de las exportaciones peruanas Comex Perú (2018) menciona que dentro de los países más importantes se encuentra China con una participación del 29%, Estados Unidos con 15% Corea del Sur 6% India 5% y Japón 5%, estadísticas con las cuales podemos afirmar que tenemos una importante participación de productos nacionales en el mercado chino, pues entre enero y julio del 2018 se exportó un total de \$7,986 millones en los que participaron los agro negocios. Dicho esto, el país asiático resulta siendo un mercado potencial para nuestro

país, pues las exportaciones han ido creciendo notoriamente durante los últimos años. Comex Perú (2020) cita que China importa del mundo un aproximado de \$537,000 millones de bienes que el Perú exporta y de los cuales al menos \$22,000 millones corresponden a productos agrícolas.

De acuerdo al *reporte de comercio Bilateral Perú-China, 2020*; se ha tenido un comercio superavitario mismo que se ha visto afectado por la crisis COVID-19, se pronostica que igual como en la última década las exportaciones peruanas se mantengan en crecimiento ya que las agro exportaciones presentan un futuro promisorio. De hecho, en el 2020 se aumentó un 4% de las agro exportaciones siendo la tara uno de los productos que apoyó a este resultado con un 51% de participación, lo cual se puede validar en el portal de la SUNAT que comunica acerca de la exportación de la tara en polvo con partida 1404902000 que contribuyó con un total de USD 18,775,778.39 de ingresos.

Agregando a lo anterior, según (Siicex,2020) el mercado de China se posiciona en primer lugar con una participación del 58% que equivale a un total de \$19,000.78 valor FOB de exportaciones de la tara peruana. Por otro lado, el mercado brasileño que se posiciona en segundo lugar con 12% que equivale a 3,960.83 de valor FOB y en tercer lugar el mercado de Italia con un 11% que equivale a 3,458.06 valor FOB información que se puede visualizar en el anexo 7 de la presente investigación. Por lo cual, con la información recopilada se puede afirmar que China representada un mercado atractivo para la tara peruana y que esto a su vez, representa un reto para los productores ya que se debe cumplir con los estándares de calidad.



Así también, se tiene en consideración el precio FOB de la tara (US\$/KG) que varía según la estación del año y, también, de la oferta que últimamente fluctúa por el cambio climático. Así pues, en enero del 2019 el precio del Kg de tara fue de \$1.49 el cual se vino incrementando hasta el mes de mayo que llegó a \$1.57, sin embargo, desde junio en adelante cayó y cerró el año en diciembre con \$1.33, lo cual se puede visualizar en el anexo 8. Por otro lado, en lo que corresponde al año 2020 inició el año con un precio de \$1.28, sin embargo, hasta julio el valor bajó hasta \$1.06 pero, posteriormente subió hasta cerrar el año con \$1.30 por kilogramo, esto se puede corroborar en el anexo 9.

En lo que corresponde al ámbito regional, de acuerdo a Andina (2018) Cajamarca se consolida como el mayor productor de tara, pues en el año 2018 se llegó a producir 8,624 toneladas hasta julio, por lo cual, la región se convierte como el principal proveedor de este producto con el que se obtuvo un ingreso de S/ 345, 000, hecho que lo califica como uno de los productos forestales con mayor demanda para la agro exportación. Dentro de las provincias que abastecen la tara se encuentran, Cajabamba, San Marcos y Contumazá. Sin embargo, la comercialización de tara en los últimos años en la provincia de San Marcos se ha realizado a través del acopio de dicho producto por personas naturales para posteriormente venderlo a una empresa exportadora, lo que termina siendo un castigo para el precio del productor, pues el intermediario le compra a un precio menor del que ya se encuentra en el mercado con la finalidad de volverlo a vender, siendo esta la razón por la que se busca desarrollar una agricultura más vertical que permita acercar al agricultor a la cadena productiva.

Ahora bien, para determinar la fiabilidad de la presente investigación, se hizo un recuento de los estudios realizados a nivel internacional y de los cuales se resume lo siguiente:

Mayorga y Mayorga (2017) en su tesis de pregrado, realizaron una investigación acerca de *“El emprendimiento asociativo del sector textil y su impacto en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua”* investigación que fue publicada por la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador. Luego de haberse realizado la encuesta respectiva a las personas involucradas llegaron a la conclusión de que la asociatividad se valora por ser articulador de iniciativas sociales, económicas y políticas que busca apoyar las necesidades de las personas y que para ello se debe involucrar el sector público a fin de apoyar con el desarrollo y crecimiento de estas. Por otro lado, concluyeron que la asociatividad ha contribuido con la generación de empleos, mejora de las condiciones de vida y relaciones entre los integrantes, sin embargo, las capacitaciones que los productores reciben es considerado un factor clave para generar conocimiento y especialización.

Choez y Guaiña (2019) en su tesis de pregrado investigaron el *“Análisis de la posible asociatividad de los productores de frejol gandul del cantón Pedro Carbo para potencializar su exportación”* publicado por la Universidad de Guayaquil – Ecuador. En esta investigación se demuestra que existen mercados potenciales para este producto, sin embargo, debido a la demanda insatisfecha, su acogida ha ido en decrecimiento. Además, los autores consideran importante el apoyo que los productores reciben por parte del gobierno, todo esto con el fin de fortalecer la competitividad de las asociatividades en el mercado local, nacional e internacional.

Por último, los investigadores llegaron a la conclusión de que existen otros factores que influyen para consolidar las exportaciones que se desea realizar, dentro de las cuales se consideran: falta de capital, poco acceso a tecnología, tecnificación de procesos productivos y prácticas de comercialización; problemas que se reducirían en mayor medida si se implementa una asociatividad para enfrentar debilidades conjuntamente y buscando un comercio más justo, organización, liderazgo, mejor manejo de producción, incremento del volumen de exportación y por ende, la eliminación de intermediarios en cada uno de los procesos que se realice.

Respecto al ámbito nacional, se identificaron estudios importantes que aportan a la presente investigación, dentro de las cuales se tienen:

Algalobo y Pusse (2017) realizaron una investigación titulada *“Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de Olmos”* publicada en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo – Lambayeque – Perú , posterior a la aplicación del instrumento de la investigación y procesar la información obtenida, se llegó a las siguientes conclusiones: los productores no aportan una importante cantidad al mercado de manera individual, sino es más bien agrupándose, sin embargo, se requiere mayor participación e incentivo por parte del gobierno pues la falta de capacitaciones repercute en el desarrollo de actividad productiva. Por último, se destaca la importancia de mejorar el poder de negociación, a fin de poder obtener mejores beneficios respecto a la venta del producto y se pueda llegar a la meta de exportar directamente, ya que los productores de Limón venden a un acopiador, es decir, a un intermediario.

Correa y Guerrero (2016) en su tesis de pregrado, denominada “*Asociatividad como estrategia para la exportación de calzado en los productores del distrito del Porvenir – Trujillo hacia el mercado de Bogotá – Colombia en el año 2017*” investigación publicada en la Universidad Privada del Norte – Cajamarca – Perú. Posterior a realizar la investigación se determinó que a partir de una asociatividad se genera un impacto económico, social y tecnológico que brinda oportunidad de progreso lo cual desencadena en ventajas competitivas, así como también mejora de ingresos, producción y minimización de riesgos.

En lo que corresponde al ámbito regional, se ha logrado identificar las siguientes investigaciones:

Quispe (2017) en su tesis de pregrado “*Propuesta de instalación de una planta de procesamiento de goma de tara para exportación en el distrito de Santa Cruz*” investigación realizada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Chiclayo – Perú, posterior a realizar la aplicación respectiva de su instrumento y análisis de datos, se llegó a la conclusión de que es factible realizar una planta de procesamiento para polvo y goma de tara, la cual se considera una propuesta técnica y económicamente viable, por lo cual resulta siendo rentable pese a que solo en el primer año de ejercicio de la planta solo se estimaba cubrir solo el 1.04% de la demanda en el mercado chino.

Ampuero y Chavarri (2017) en su investigación de pregrado “*Características de asociatividad en productores de la cooperativa agraria de tara del norte de San Marcos Cajamarca, para exportar Shampoo de tara a San Francisco – EEUU 2017*” Universidad Privada del Norte – Cajamarca – Perú. Luego de haber realizado la

investigación correspondiente, se obtuvo las siguientes conclusiones: se destaca la característica de cooperación dentro de la cooperativa ya que se realizan trabajos en conjunto, se busca el bien común y equitativo de todos los integrantes. Así mismo se determinó beneficios al formar parte de una cooperativa dentro de las cuales fueron: reducción de costos, incremento de la productividad y creación de puestos de trabajo.

En ese sentido, la presente investigación estudia la variable asociatividad que según Rosales (1997) asevera ser un mecanismo de cooperación empresarial en la que cada una participa y mantiene su dependencia jurídica y autonomía gerencial, las cuales deciden voluntariamente apoyarse para llegar a un objetivo en común. Agregando a lo anterior, se concuerda lo mencionado por Pallares (2006) quien define a la cooperación entre agentes locales como la búsqueda de un desarrollo sostenible del territorio en el que se desenvuelve y vincula competitivamente en los movimientos del mundo. Al respecto, la variable asociatividad está definida por PromPerú (2013) como un mecanismo en el que voluntariamente las empresas o emprendedores deciden formar una alianza para establecer un esfuerzo en conjunto, de tal manera que se disminuyan costos, compartan riesgos, se promueva el producto y se contrarreste la competencia con la que se pueden enfrentar en el exterior.

Por un lado, una de las dimensiones de asociatividad que se ha considerado es, *beneficios* que de acuerdo a PromPerú (2013) lo mide en 3 aspectos los cuales son: el ámbito económico; que se refleja en afrontar con mayor fuerza los riesgos de un nuevo proyecto, así como también mejorar e implementar tecnologías, transformación o mejora de producto. También el ámbito político, la que será aplicada correctamente si hay una adecuada estrategia asociativa, misma que permitirá mayor representatividad y apoyo de los organismos públicos o privados a fin de buscar la mejora interna y, por

último, en el ámbito social y cultural, el desarrollo de una asociatividad permitirá generar espacios de conducta para compartir conocimientos, experiencias, innovaciones y propuestas de mejora, a fin de poder alcanzar el objetivo y cumplir con las expectativas que el mercado requiere.

Por otra parte, para la dimensión de *Competitividad*, Porter (1991) lo define como la comercialización de manera eficiente de un producto o servicio, a fin de obtener una posición competitiva favorable y que esto a su vez sea medido por la calidad, precio, diferenciación que se ofrece y que determinará la acogida a nivel local, nacional e internacional. Para finalizar con las dimensiones de asociatividad de acuerdo a lo que menciona el (Ministerio de economía y Finanzas,2021) *las acciones de apoyo* o también denominadas *programas sociales*, forman parte del gasto social que realiza el estado en bienestar de la ciudadanía mismos que a su vez se dividen dependiendo de su naturaleza universal o focalizada para contribuir a cada individuo o de forma grupal.

En relación a la variable exportación, según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, SUNAT (2009) “es el régimen aduanero que te permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no está afecta a tributo alguno” A su vez, se compone de la dimensión de *oferta exportable*, que de acuerdo al MINAGRI (2015) se define por la capacidad económica, financiera y de gestión de las empresas en las que comprende los siguientes aspectos: disponibilidad del producto, es decir el volumen que se tiene disponible para ofrecer al mercado externo de manera estable o continua, de igual manera la empresa debe contar con la capacidad económica y financiera para solventar una exportación y en el caso que no los tuviera deberá contar

con la capacidad de endeudamiento suficiente. Finalmente, para la capacidad de gestión se debe desarrollar una cultura exportadora en la que se tenga claros los objetivos y se haya realizado un análisis FODA preciso a fin de usar todas las capacidades necesarias y disminuir en mayor medida las debilidades y amenazas para hacer frente de manera adecuada y oportuna a las adversidades que durante el camino se le presenten.

Así también, otra dimensión que forma parte de la exportación es: *Comercialización* que según Kotler & Armstrong (2011) es “la introducción de un nuevo producto al mercado” lo cual se puede interpretar a la compra-venta de bienes y servicios en el mercado objetivo, proceso en el que se tiene que planear y organizar las actividades que sean necesarias y pertinentes para lograr posicionar el producto o servicio que se está introduciendo en el mercado y lograr la fidelización del cliente. Por último, la dimensión de *certificaciones que el país exige*, según el Diario del exportador (2020) se refiere a que los mercados internacionales cada vez más requieren certificaciones de calidad que abalen la producción orgánica de estos, ya que los gobiernos extranjeros, hoy en día imponen sus normativas o certificaciones obligatorias a fin de que estas sean cumplidas y presentadas al momento de ingresar al mercado exterior.

Por consiguiente, la presente investigación tiene como propósito principal analizar la relación entre asociatividad y exportación de los productores de tara del Centro Poblado de Saporcón, con la finalidad de eliminar intermediarios en la cadena productiva, pues a la fecha se realiza la venta a personas naturales encargadas de acopiar la tara para posteriormente ser vendido a empresas exportadoras. Por otro lado, parte del problema es que no se cuenta con una visión de exportación directa y, por ende, el productor se encuentra más alejado de la cadena de productiva, razón por la cual, se

percibe un precio menor al que el mercado exterior está dispuesto a comprar. Es por ello, que se propone la asociatividad para mejorar la calidad de vida de los productores, a fin de desarrollar una comercialización más inclusiva y mejorar así la calidad de vida que reconozca el esfuerzo, dedicación y tiempo de cada uno.

Dentro de este marco, se ha tenido en consideración como país de exportación al mercado de China por la capacidad de exportación de tara en polvo que se ha venido haciendo durante los últimos años a este país, y que ha ido incrementando pues en el año 2020 las exportaciones de este producto aumentaron en un 51%, lo cual indica que es un producto potencial e interesante para el mercado mundial por ser un producto usado como materia prima.

El propósito social de esta investigación, es la de contribuir a que más productores formen asociaciones a fin de evaluar y aprovechar las grandes posibilidades, las cuales se tendrá gracias a la formación de esta y se haga conocer al mundo el potencial con el que cuenta nuestro país y los recursos que pueden ser aprovechados y consumidos por las industrias internacionales

Por último, se tiene como propósito teórico el de aportar a la Universidad Privada del Norte región Cajamarca, al Perú y al mundo, un estudio que proporcione información a las futuras investigaciones y se pueda seguir estudiando un tema similar o igual del sector agropecuario que no debe pasar desapercibido por el gran potencial y aporte que brinda a nivel nacional e internacional.

## **1.2 Formulación del problema**

- ¿Qué relación existe entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020?



### 1.3 Formulación de problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre la asociatividad y la oferta exportable de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020?
- ¿Qué relación existe entre la asociatividad y la comercialización de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020?
- ¿Qué relación existe entre la asociatividad y las certificaciones de exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020?

### 1.4 Objetivos

#### 1.4.1 Objetivo general

- Determinar la relación entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020

#### 1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la asociatividad y la oferta exportable de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020.
- Determinar la relación entre la asociatividad y la comercialización de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020.
- Determinar la relación entre la asociatividad y las certificaciones de exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020.
- Elaborar una propuesta de asociatividad para los productores de tara del centro poblado de Saparcón – San Marcos - Cajamarca para la exportación al mercado de China

## 1.5 Hipótesis

### 1.5.1 Hipótesis general

H1 Existe una relación directa entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020

H1<sub>0</sub> No existe una relación directa entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020

### 1.5.2 Hipótesis específicas

H1<sub>1</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y la oferta exportable de los productores de tara San Marcos – Cajamarca

H0<sub>1</sub> No existe una relación directa entre la asociatividad y la oferta exportable de los productores de tara San Marcos – Cajamarca

H1<sub>2</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y la comercialización de los productores de tara San Marcos – Cajamarca

H0<sub>2</sub> No existe una relación directa entre la asociatividad y la comercialización de los productores de tara San Marcos - Cajamarca

H1<sub>3</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y las certificaciones de exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca

H0<sub>3</sub> No existe una relación directa entre la asociatividad y las certificaciones de exportación de los productores de tara San Marcos - Cajamarca

## CAPITULO II. METODOLOGÍA

### 2.1 Tipo de investigación

#### Enfoque

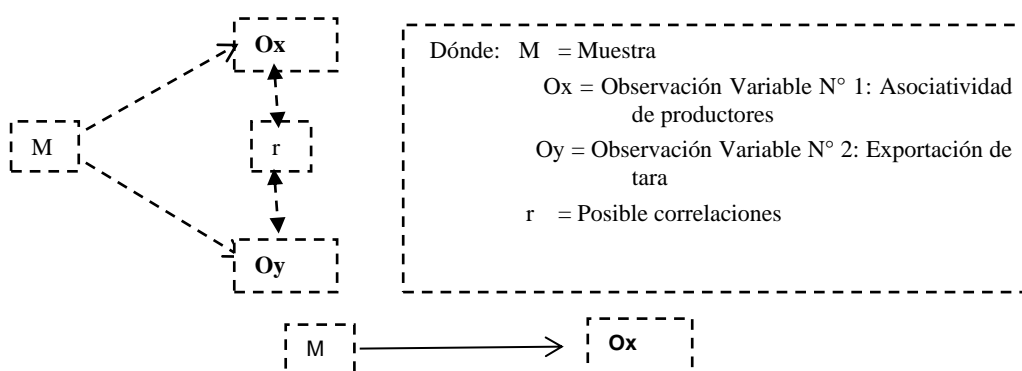
La presente investigación tiene un enfoque cualitativo el cual Hernández et al. (2014) lo define como naturalista debido a que estudia el desarrollo de los acontecimientos de forma natural, es decir, no se realiza la manipulación de la realidad y que tiene como propósito reconstruir e interpretar la realidad tal como se observa en el momento presente. En este caso la muestra, recolección y el análisis son fases que casi se desarrollan a la par. Dado el concepto anterior, para la presente investigación se considera éste enfoque porque utiliza la recolección de datos sin contar con mediciones numéricas para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación sobre: “Asociatividad y exportación de los productores de tara del centro poblado de Saparcón – San Marcos en el año 2020”

#### Diseño

Por otro lado, el diseño utilizado es no experimental ya que tal como lo mencionan Hernández et al. (2014) en este tipo de diseño no se busca intervenir o alterar el curso de la realidad y, en tal caso los investigadores solo se limitan a observar los fenómenos tal como se muestran en su contexto natural para posteriormente analizar los datos obtenidos.

Así también, esta investigación es transeccional o transversal porque recolecta datos en un momento determinado, pues el objetivo es la descripción de variables y el análisis de su incidencia e interrelación en un momento determinado (Hernández et al. 1997 p.247)

### Diagrama:



### Tipo

El presente estudio se encuentra dentro del tipo de investigación correlacional ya que busca conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos o variables. (Hernández et al. 2014 p.93). Por otro lado, ésta investigación es propositiva ya que según (Ruíz, s.) se usará un conjunto de técnicas y procedimientos en el que se diagnosticará y resolverá un problema.

## 2.2 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

### Población

Según Arias (2016) define a la población como un conjunto finito o infinito de elementos que tiene características comunes y las cuáles son objeto de investigación.

Por consiguiente, la presente investigación considerará como objeto de estudio una población finita, puesto que se conoce el área geográfica, siendo estos los 15 productores de tara del centro de Saparcón – provincia de San Marcos.

### Muestra

Teniendo en cuenta a Arias (2016) se define a la muestra como un subconjunto representativo y finito de elementos que se extraen de la población. Al respecto, se debe

mencionar que, con la finalidad de poder determinar la muestra, emplearemos el método no probabilístico que según Arias (2016) lo define como el “procedimiento en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra” en este caso se realizará un muestreo intencional, es decir, se escogerá a partir de criterios o juicios establecidos por el investigador. Por lo cual, por tratarse de una población finita la muestra será igual a la población, o sea, estará conformada por 15 productores de tara los cuales tienen la mayor capacidad de producción en el Centro poblado de Saparcón- provincia de San Marcos.

Para determinar la muestra se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

- a. **Criterio de inclusión:** Productores de tara que se encuentren en el Centro Poblado Saparcón, con mayor capacidad de producción, es decir, aquellos que tienen más de 5 hectáreas
- b. **Criterios de exclusión:** Productores de tara que cuentan con menos de 5 hectáreas de terreno.

## 2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

### 2.3.1 Métodos

#### **Método Inductivo – Deductivo**

A través del presente método se obtendrá conocimientos de lo general a lo particular, es decir, del análisis de cada variable implicada se podrá realizar generalizaciones con relevancia científica que permitirán sustentar afirmaciones en relación a las hipótesis planteadas.

### **Método Hermenéutico.**

Mediante este método específico se busca comprender e interpretar de manera organizada las teorías en las que se basa la presente investigación.

#### **2.3.2 Técnicas**

Según Méndez (1999) define a las técnicas de recolección de datos como los medios a los que acude el investigador y que le permite recopilar la información requerida para el estudio. Así pues, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información que permiten acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

De modo que la técnica que emplearemos para la recolección de datos en ésta investigación será una encuesta.

#### **2.3.3 Instrumentos**

Según lo menciona Arias (2016) un instrumento de recolección de datos, es cualquier recurso (en papel o digital) que usa el investigador con la finalidad de obtener, registrar o almacenar información en relación a su objeto de estudio. Razón por la cual, en la presente investigación se hará uso de un cuestionario de encuesta para recolectar la información y dar respuesta a nuestros objetivos.

### **2.4 Procedimiento**

En el presente estudio se utilizó un instrumento con 5 opciones de respuesta. Se elaboró la encuesta con 29 preguntas, las mismas que fueron consultadas a los productores de tara, con la finalidad de recoger información acerca de “asociatividad y exportación de tara” El cuestionario se dividió en dos partes: La primera parte consta de 15 preguntas en la que se evalúan las dimensiones: beneficios, competitividad y

acciones de apoyo. La segunda parte consta de consta de 14 preguntas que evalúan la exportación de tara entorno a las dimensiones: oferta exportable, comercialización y certificaciones que el país exige; preguntas cuyas respuestas están organizadas en una escala del 1 al 5.

Para la recolección de datos se contactó a una pobladora del centro poblado, con la finalidad de tener previo conocimiento de los pobladores a los que se aplicaría la encuesta, además coordinar la visita a los productores o de ser caso coordinar realizar el cuestionario vía telefónica a fin de evitar el contagio del Covid – 19.

**Tabla 1**

*Escala de medición de la encuesta*

Escala	Respuesta
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Fuente:  
Responsable de la  
investigación

### **Validez y confiabilidad de información**

Para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos, se utilizó la opinión y el visto bueno de expertos en el tema de la carrera profesional de Administración y Negocios internacionales de nuestra casa superior de estudios sede Cajamarca. (Metodólogo y especialista de la carrera)

**Tabla 2**

*Bases teóricas de las dimensiones de la variable de Asociatividad*

DIMENSION	DESCRIPCION	AUTORES REFERENCIADOS
-----------	-------------	-----------------------

Beneficios	<p>Se divide en 3 aspectos dentro de los cuales se encuentra: el ámbito económico, el que se refleja en afrontar con mayor fortaleza los riesgos de tener un nuevo proyecto en el que implique mejoras e implantación tecnológica, transformación o mejora del producto. Por otro lado, se identifica el ámbito político el que se verá correctamente aplicado sí, solo se aplica una estrategia de asociatividad correcta a fin de buscar el apoyo en entidades públicas y privadas. Finalmente, en el ámbito social y cultural, la implementación de una asociatividad permitirá generar espacios de compartir conocimientos, experiencias, propuestas e innovaciones para lograr cumplir con el objetivo planteado.</p>	PromPerú (2013)
Competitividad	<p>Se interpreta como la capacidad que tiene una empresa para buscar una posición competitiva en el mercado en el que se desenvuelve, a partir de brindar al cliente un producto o servicio que se mida en función a la calidad, precio y diferenciación frente a su competencia.</p>	Porter (1991)
Acciones de apoyo	<p>Son denominadas también programas sociales que forman parte del gasto nacional y busca el bienestar de la sociedad a la cual se busca apoyar ya sea al ciudadano de manera de individual o colectiva.</p>	Ministerio de Economía y Finanzas (2021)

**Tabla 3**

*Bases teóricas de las dimensiones de la variable de Exportación*

DIMENSION	DESCRIPCIÓN	AUTORES REFERENCIADOS
Oferta exportable	<p>Se determina por la capacidad económica, financiera y gestión de las empresas, dentro de lo que se aborda aspectos como: disponibilidad del producto, es decir, el volumen que se tiene de manera estable y, adicionalmente tener la capacidad económica para solventar una exportación o tener la capacidad de endeudamiento. Finalmente, la capacidad de gestión en la que se desarrolle una cultura exportadora en la que se tenga los objetivos claros a fin de usar todas las capacidades necesarias con las que se cuenta.</p>	MINAGRI (2015)
Comercialización	<p>La comercialización hace referencia a la introducción de un producto al mercado, es decir, se</p>	Kotler & Armstrong (2011)



Certificaciones que el país exige	<p>refiere al proceso de compra venta de bienes y servicios y con ello el planeamiento y organización de actividades necesarias para el posicionamiento de este.</p> <p>La certificación de los productores internacionales resulta formando parte de la normativa para la exportación debido ya que a través de estos se sustenta la responsabilidad social, ambiental y económica en toda la cadena.</p>	Diario del exportador (2020)
-----------------------------------	--	------------------------------

---

Para la presente investigación, tal como se ha mencionado líneas arriba, se utilizará la escala de Likert para la medición de las opiniones de los agricultores y conocer sus posiciones frente a las interrogaciones propuestas. Y, para llevar acabo dicho proceso, se tomará en consideración 15 agricultores del centro poblado de Saparcón – San Marcos para la aplicación del cuestionario. La escala empleada tiene las siguientes opciones: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

Finalmente, se tendrá en consideración medir la confiabilidad de la encuesta con ayuda del Alfa de Cronbach, el cual define Quero (2010) como la herramienta que es usada por los investigadores para evaluar la confiabilidad o consistencia interna del instrumento en el que se usa una escala de Likert o cualquier otra escala de múltiples opciones. Para tal efecto, luego de haber obtenido los resultados se tendrá en consideración para la interpretación que estos se encontrarán entre el 0 y el 1. Donde cuanto más próximo se encuentre al 1, más consistentes serán los ítems entre sí.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Interpretación de variables:

$\alpha$  = Alfa de Cronbach que determina la confiabilidad del cuestionario

K = Número de ítems

$V_i$  = Varianza de cada Ítem

$V_t$  = Varianza total del instrumento

#### Tabla 4

*Tabla de escalas del Alpha de Cronbach*

Rangos	Magnitud
0.81 – 1.0	Muy alta
0.61 – 0.80	Alta
0.41 – 0.60	Moderada
0.21 – 0.40	Baja
0 – 0.20	Muy baja

Fuente: Santos, G (2017)

Luego de realizar la prueba del Alpha de Cronbach al cuestionario de 29 preguntas, mediante el programa estadístico IBM SPSS25, se llegó a los siguientes resultados.

#### Tabla 5

*Valor del Alpha de Cronbach que demuestra la confiabilidad del cuestionario aplicado*

Estadísticas de fiabilidad	
Alpha de Cronbach	N° de elementos
0.942	29

Fuente: Responsable de la investigación

Tal como se puede observar en la tabla N°7 luego de haber realizado la aplicación del Alpha de Cronbach al instrumento, se ha obtenido el resultado de 0.942 lo cual indica que la confiabilidad del cuestionario aplicado en la presente investigación, es muy alta.

### **Para analizar la información**

Después de haber aplicado el instrumento, se procedió a organizar la información en Excel y el programa SPSS en su versión IBM 25, lo cual permitió elaborar las tablas que describen los resultados finales de las variables y dimensiones, para la redacción del informe se utilizó el paquete office 2016.

### **Aspectos éticos de la investigación**

Se está citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas en esta investigación, también contamos con la autorización de las personas involucradas para recolectar la información necesaria, dicha información será usada solo con fines académicos, basándonos en el método científico y sin dejar de lado valores que un investigador debe observar; todos los resultados se presentan sin alterar datos reales.

### CAPITULO III. RESULTADOS

Para la obtención de resultados, se procesó la información obtenida en los 15 cuestionarios realizados a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón, para lo cual con el uso de Excel 2016 se ingresó la cantidad de pobladores que tuvieron la misma opinión en el mismo ítem y en la misma escala, consiguiendo así los porcentajes que se demuestran en los cuadros detallados líneas abajo. Así también, se está considerando la mediana y moda de la información procesada, a fin de conocer el punto alrededor del cual se centran, se inclinan o se agrupan los datos conseguidos en el cuestionario. Finalmente, para la obtención del Alfa de Cronbach, correlación de Spearman y correlación de las 3 hipótesis específicas se usó el programa SPSS Statistics 25, el cual nos facilitó el trabajo para adquirir la información necesaria y se realice la interpretación respectiva.

A continuación, se muestran los resultados finales por cada variable y sus dimensiones respectivas luego de aplicado el cuestionario.

#### Asociatividad

**Tabla 6**

*Beneficios de la asociatividad para los productores de tara del centro poblado de Saparcón*

INDICADORES	5	4	3	2	1	MEDIANA	MODA	OPINIÓN
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			
1. Siente usted que asociarse con otros productores le permitirá reducir costos en la obtención de herramientas de trabajo	80%	20%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo

2. Siente usted que asociarse con otros productores permite realizar inversiones conjuntas	80%	20%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
3. Siente usted que asociarse con otros productores le permitirá realizar un mejor manejo de los recursos	80%	7%	0%	13%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
4. Percibe usted que asociarse con otros productores le permitirá acceder a préstamos	80%	20%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
5. Percibe usted que asociarse con otros productores permitirá ampliar la comunicación, cooperación y participación para una mejor toma de decisiones de tal manera que se llegue al objetivo en común	80%	20%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
BENEFICIOS	80,00%	17,33%	0,00%	2,67%	0,00%	0	0	0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En el ítem 1, el 80 % de los productores están totalmente de acuerdo que asociarse les permitirá reducir costos para la obtención de herramientas de trabajo

En el ítem 2, el 80 % de los productores encuestados están totalmente de acuerdo que al asociarse les permitirá realizar inversiones conjuntas.

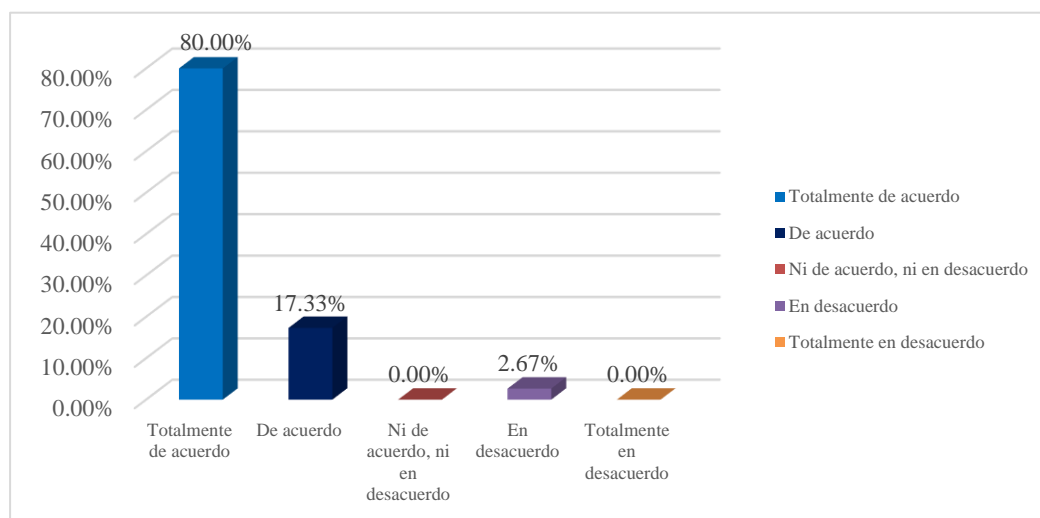
En el ítem 3, el 80% de los productores a los que se aplicó el instrumento de investigación se encuentran totalmente de acuerdo que al asociarse con otros productores les permitirá tener un mejor manejo de los recursos.

En el ítem 4, el 80% de productores manifiestan que están totalmente de acuerdo que asociarse les permitirá acceder a préstamos.

En el ítem 5, el 80% está totalmente de acuerdo que al asociarse con otros productores permitirá ampliar la comunicación, cooperación y participación para una mejor toma de decisiones de tal manera que se llegue al objetivo en común planteado.

### Figura 1

### Gráfica porcentual de la dimensión beneficios



Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En conclusión, tal como muestra la figura, el 80% de los productores de tara se mostraron totalmente de acuerdo a las preguntas en relación a: reducción de costos, inversiones conjuntas, manejo de recursos, acceso a préstamos y mejor toma de decisiones. Por lo tanto, consideran que asociarse les brindará múltiples *beneficios* para aprovechar los recursos, conocimiento y experiencia que cada uno de los integrantes posee.

### Tabla 7

#### Competitividad de los productores de tara del centro poblado de Saparcón

INDICADORES	5	4	3	2	1	MEDIANA	MODA	OPINIÓN
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			
6. Siente usted que asociarse con otros productores de tara permitirá aprovechar la producción de todos los asociados	67%	33%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
7. Siente usted que se debería modificar la presentación de la tara	67%	13%	0%	20%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo

8. Percibe usted tener un rendimiento y manejo adecuado de sus tierras	80%	13%	7%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
9. Siente usted tener las técnicas necesarias para el aprovechamiento de sus tierras	87%	13%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
10. Siente usted que la extensión de sus tierras se encuentra en la capacidad de aportar una importante cantidad a la asociación para su exportación	100%	0%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
<b>%COMPETITIVIDAD</b>	80%	14.67%	1.33%	4%	0%			

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En el ítem 6, el 67% de productores de tara se encuentran totalmente de acuerdo que al asociarse con otros productores de tara permitirá aprovechar la producción de todos los asociados.

En el ítem 7, el 67% de los productores a los cuáles se aplicó el instrumento de investigación se encuentran de acuerdo que se debería modificar la presentación de tara.

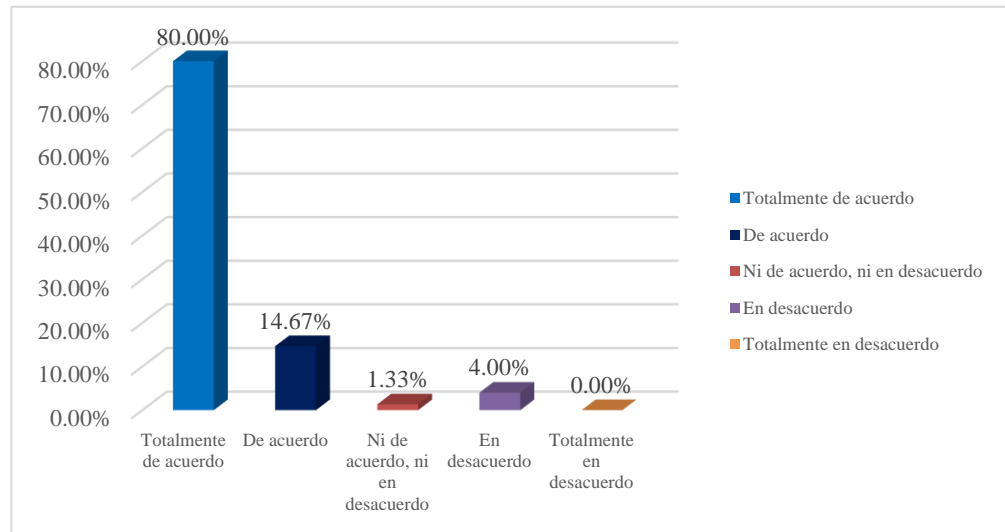
En el ítem 8, el 80% de productores está totalmente de acuerdo que tiene un rendimiento y manejo adecuado de sus tierras.

En el ítem 9, el 87% de los productores de tara están totalmente de acuerdo con que tienen las técnicas necesarias

En el ítem 10, el 100% de productores de tara en cuestión, consideran tener la capacidad de aportar una importante cantidad a una asociación para su exportación.

## Figura 2

*Gráfica porcentual de la dimensión competitividad*



Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En la figura N° 2 se puede observar que el 80% de productores de tara se mostraron totalmente de acuerdo en relación a las preguntas propuestas acerca del aprovechamiento de su producción, modificación de la presentación de la tara, rendimiento y manejo adecuado de sus tierras, técnicas para el aprovechamiento de estas y finalmente la extensión de terrenos con los que se cuenta para aportar a una asociación de exportación. Por lo tanto, en este ítem se puede concluir que los productores manifiestan se aumentará su competitividad en cuanto se asocien.

### Tabla 8

*Acciones de apoyo por parte del gobierno del Perú a los productores de tara del centro poblado de Saparcón*

INDICADORES	5	4	3	2	1	MEDIANA	MODA	OPINIÓN
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			



11. Ha recibido usted capacitaciones por parte del gobierno	0%	27%	0%	73%	0%	2	2	En desacuerdo
12. Siente usted que recibir programas de apoyo por parte del gobierno contribuirá con mejorar las técnicas de manejo de sus tierras	80%	0%	0%	20%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
13. Percibe usted que los canales de comunicación que el gobierno utiliza con el productor son los adecuados	0%	27%	0%	73%	0%	2	2	En desacuerdo
14. Siente usted que los métodos y técnicas realizadas como acciones de apoyo por parte del gobierno se adecua a las condiciones del productor	0%	27%	0%	0%	73%	1	1	Totalmente en desacuerdo
15. Siente usted que las acciones de apoyo por parte del gobierno fomentan una agricultura amigable con el medio ambiente	80%	0%	0%	0%	20%	5	5	Totalmente de acuerdo
<b>% ACCIONES DE APOYO</b>	32%	16.00%	0%	33%	18.67%			<b>En desacuerdo</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En el ítem 11, el 73% de productores menciona que no ha recibido capacitaciones por parte de una entidad del estado.

En el ítem 12, el 80% de productores mencionan que recibir capacitaciones por parte del gobierno les permitirá mejorar sus técnicas de manejo de sus tierras.

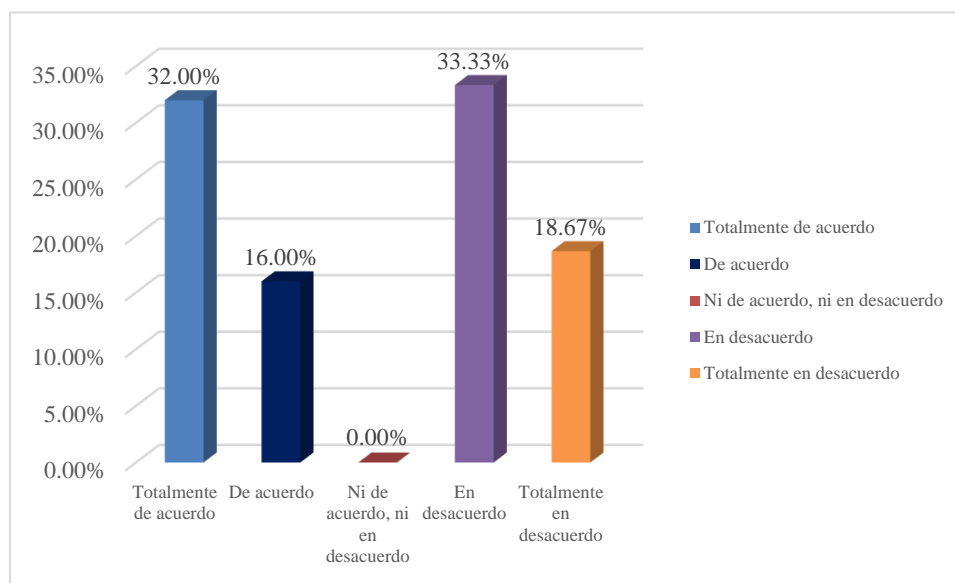
En el ítem 13, el 73% de productores percibe que los canales de comunicación usados por parte del gobierno no son los adecuados.

En el ítem 14, el 73% de productores están totalmente en desacuerdo con los métodos y técnicas que utiliza el gobierno, ya que no se adecua a las condiciones del productor.

En el ítem 15, el 80% considera que las acciones de apoyo por parte del gobierno fomentan una agricultura amigable con el medio ambiente.

**Figura 3**

*Gráfica porcentual de las acciones de apoyo*



Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En la figura N°3 se puede observar que el 33.33% de los pobladores de Saparcón manifiestan no haber recibido apoyo por parte del gobierno, lo cual se reafirma con ítem 11 en el que se verifica que no se ha recibido ninguna capacitación por parte de una entidad del estado. Por lo tanto, debido a la información obtenida en la presente investigación, se recalca la importancia de incrementar la participación del gobierno a través de las diferentes entidades estatales con el fin de llegar a los agricultores y se brinde las capacitaciones y apoyo respectivo para de esta manera aprovechar los recursos y el conocimiento de los productores.

**Tabla 9**

*Oferta exportable de los productores de tara del centro poblado de Saparcón*

INDICADORES	5	4	3	2	1	MEDIANA	MODA	OPINIÓN
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			
16. Siente usted que, asociándose con otros productores, su producto podría llegar a tener la calidad que requiere los países extranjeros	93%	7%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
17. Siente usted que asociándose podría incursionar en mercados internacionales	100%	0%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
18. Siente usted que al asociarse podría obtener un precio internacional competitivo	87%	13%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
19. Siente usted tener la capacidad suficiente para aportar a una asociación exportadora	100%	0%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
20. Percibe usted que la asociación permitirá mejorar la calidad del producto de tal manera que exista una relación entre calidad/precio	87%	13%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
<b>% RECONOCIMIENTO</b>	93.33%	6.67%	0.00%	0.00%	0.00%			<b>Totalmente de acuerdo</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En el ítem 16, el 93% de productores considera que, asociándose con otros productores, la tara podría llegar a tener la calidad que requieren los países extranjeros.

En el ítem 17, el 100% de productores mencionan que al asociarse sí podrían incursionar en mercados internacionales.

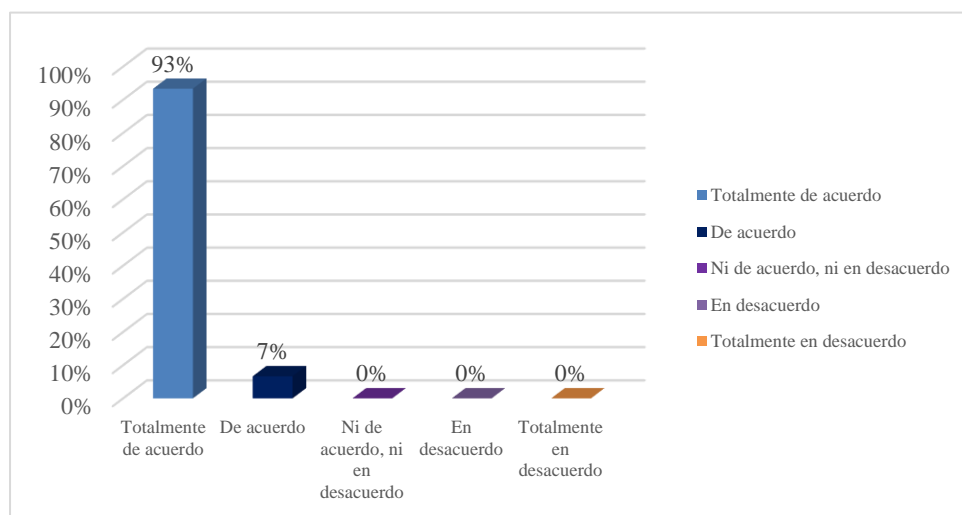
En el ítem 18, el 80% menciona que al asociarse podrían obtener un precio internacional competitivo.

En el ítem 19, el 100% siente tener la capacidad suficiente para aportar a una asociación exportadora

En el ítem 20, el 87% percibe que al formar una asociación se mejorará la calidad del producto de tal manera que exista una relación entre calidad/precio.

**Figura 4**

*Grafica porcentual de mejora de calidad de la tara e internacionalización*



Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

Tal como se puede observar en la figura N°4 el 93% de productores se muestran totalmente de acuerdo a las preguntas realizadas en función a mejora de la calidad del producto, incursionar en mercados internacionales, aportar una importante cantidad a la asociación y poder competir en el mercado internacional.

**Tabla 10**

*Comercialización de tara en el extranjero*

INDICADORES	5	4	3	2	1	MEDIANA	MODA	OPINIÓN
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			
21. Percibe usted que, asociándose con otros productores, tendrían la capacidad de distribuir su producto en otro país	100%	0%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo

22. Siente usted que asociándose les permitirá negociar de forma directa con clientes en el extranjero	93%	7%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
23. Percibe usted que asociado con otros productores, podría tener más posibilidades de lograr contratos de comercio con empresas de otro país.	100%	0%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
24. Siente usted que trabajando asociadamente podría tener la capacidad de ingresar a mercados internacionales para competir con otras empresas	80%	20%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
25. Siente usted que, asociándose con otros productores, podrían desarrollar procesos logísticos como: almacenaje, transporte, embalaje y trámites documentarios	80%	20%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
<b>% COMERCIALIZACIÓN</b>	90.67%	9.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.0%	100.0%	<b>Totalmente de acuerdo</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En el ítem 21, el 100% de productores cree tener la capacidad para distribuir la tara en otro país.

En el ítem 22, el 80% de productores considera que asociándose les permitirá negociar de forma directa con sus clientes en extranjero.

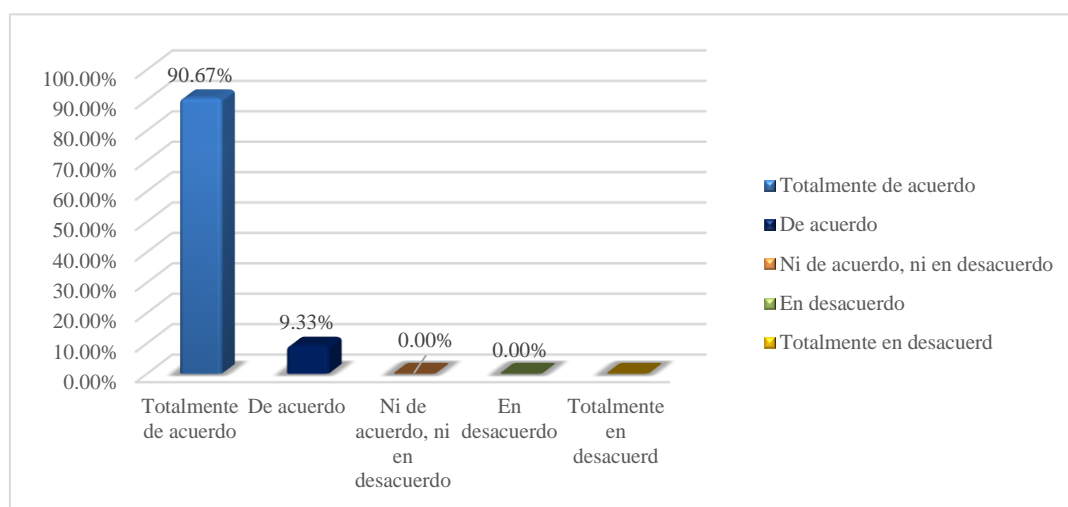
En el ítem 23, el 100% de productores están totalmente de acuerdo que al asociarse podrían tener más posibilidades de lograr contratos de comercio con empresas de otro país.

En el ítem 24, el 80% de productores de tara siente que trabajando asociadamente podría tener la capacidad de ingresar a mercados internacionales para competir con otras.

En el ítem 25, el 80% de productores siente que asociándose con otros productores podrían desarrollar procesos logísticos como: almacenaje, transporte, embalaje y trámites documentarios.

**Figura 5**

*Gráfica porcentual de comercialización*



Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

Del 100% de productores encuestados el 90.67% de personas se muestran totalmente de acuerdo a los ítems relacionados con la capacidad de distribución, negociación directa, asociarse para lograr contratos en el extranjero, poder de competir y desarrollar procesos logísticos. Por lo tanto, de acuerdo a la información obtenida los productores manifiestan tener la capacidad para realizar la comercialización de la tara.

**Tabla 11**

*Certificaciones que el país destino exige*

INDICADORES	5	4	3	2	1	MEDIANA	MODA	OPINIÓN
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			

26. Percibe usted que al formar una asociación se logrará la calidad de producto que el país destino exige	100%	0%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
27. Siente usted que al asociarse como productores se encontrarán en las condiciones para obtener todos los requisitos sanitarios que se exigen en el exterior	87%	13%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
28. Siente usted que al asociarse les permitirá obtener el certificado de buenas prácticas que el DIGEMID otorga	87%	13%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
29. Siente usted que al asociarse se podrá obtener la certificación de origen, es decir, los requisitos estipulados en el acuerdo comercial con el país al cual se va a exportar	87%	13%	0%	0%	0%	5	5	Totalmente de acuerdo
<b>% CERTIFICACIONES QUE EL PAÍS EXIGE</b>	<b>90.00%</b>	<b>10.00%</b>	<b>0.00%</b>	<b>0.00%</b>	<b>0.00%</b>			

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En el ítem 26, el 100% de productores perciben que al formar una asociación se logrará alcanzar la calidad de producto que el país destino exige.

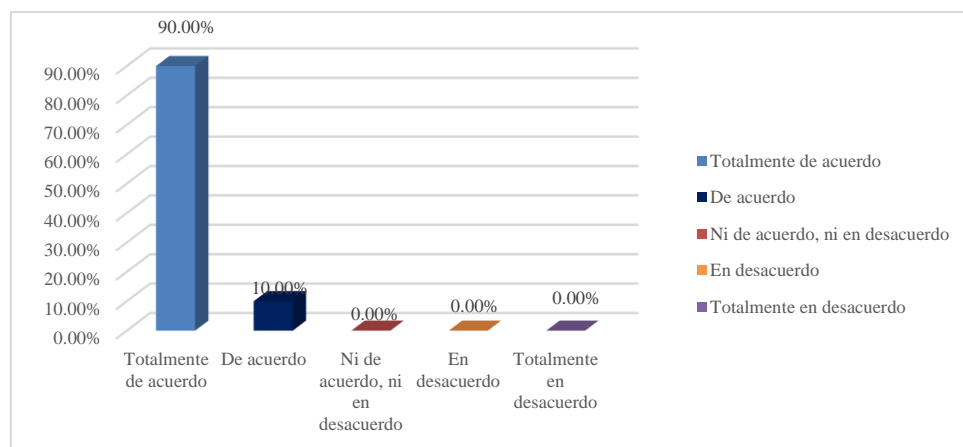
En el ítem 27, el 87% de productores sienten que al asociarse se encontrarán en las condiciones para obtener todos los requisitos sanitarios que se exigen en el exterior.

En el ítem 28, el 87% de productores sienten que al asociarse obtendrán el certificado de buenas prácticas que la Dirección General de Medicamentos [DIGEMID] otorga.

En el ítem 29, el 87% de productores sienten que al asociarse se podrán obtener la certificación de origen, es decir podrán cumplir con todos los requisitos estipulados en el acuerdo comercial con el país al cual se va a exportar

### **Figura 6**

*Gráfica porcentual de certificaciones que el país exige*



Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En la figura anterior se puede mostrar que el 90% de las personas encuestadas se muestran totalmente de acuerdo a las preguntas realizadas en función a exigencias de calidad, requisitos sanitarios y certificaciones que el país destino exige para la exportación. En conclusión, los productores consideran que podrán cumplir con las certificaciones que el país exige para la exportación de la tara.

**Tabla 12**

*Valoración porcentual moda, de las dimensiones de la variable asociatividad*

ÍTEM	5	4	3	2	1	MODA	OPINIÓN
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo		
Beneficios	80.00%	17.33%	0.00%	2.67%	0.00%	5	Totalmente de acuerdo
Competitividad	80.00%	14.67%	1.33%	4.00%	0.00%	5	Totalmente de acuerdo
Acciones de apoyo	33.33%	16.67%	0.00%	34.72%	15.28%	2	En desacuerdo

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En la tabla N°14, mostrada luego de haber realizado el cuestionario se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Respecto al ítem *Beneficios*, el 80% de los productores de tara del centro poblado de Saparcón manifiestan que se obtendrá beneficios al momento de asociarse.



Por otro lado, en el ítem de competitividad el 80% de los productores de tara del centro poblado de Saparcón, manifestaron tener la competitividad necesaria para hacer frente a la competencia y las exigencias del mercado.

Finalmente, en relación al ítem de acciones de apoyo el 34.72% de pobladores se mostraron en desacuerdo de haber recibido apoyo por parte del gobierno.

En conclusión, las dimensiones más valoradas de la variable de asociatividad fueron *Beneficios y Competitividad* por parte de los productores del centro poblado de Saparcón.

**Tabla 13**

*Valoración porcentual moda, de las dimensiones de la variable exportación*

ÍTEM	5 Totalment e de acuerdo	4 De acuerdo	3 Ni de acuerdo, ni en desacuerd o	2 En desacuerd o	1 Totalment e en desacuerd o	MODA	OPINIÓN
Oferta exportable	93.33%	6.67%	0.00%	0.00%	0.00%	5	Totalmente de acuerdo
Comercialización	92.00%	8.00%	0.00%	0.00%	0.00%	5	Totalmente de acuerdo
Certificaciones que el país exige	90.00%	10.00 %	0.00%	0.00%	0.00%	5	Totalmente de acuerdo

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

En la tabla N°15 luego de haber realizado el cuestionario, se obtuvo los siguientes resultados:

Respecto a la dimensión *Oferta exportable* el 93.33% de los productores de tara del centro poblado de Saparcón consideran tener oferta exportable para cubrir parte de la demanda de un mercado.

Por otro lado, en cuanto a la dimensión *Comercialización*, el 92% de los productores de tara del centro poblado de Saparcón, consideran que al asociarse tendrán la capacidad para su comercialización.

Finalmente, en relación a las *Certificaciones que el país exige* el 90% de productores de tara consideran que al asociarse podrán cumplir con las certificaciones que el país destino exige.

En conclusión, las dimensiones más valoradas de la variable de exportación fueron *Oferta exportable y comercialización*.

#### Tabla 14

##### *Valoración porcentual entra la variable asociatividad y la variable exportación*

Variable	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Opinión final
Asociatividad	64.43%	16.00%	0.43%	13.32%	6.22%	Totalmente de acuerdo
Exportación	91.77%	8.66%	0	0	0	Totalmente de acuerdo

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos

Para finalizar el análisis de los resultados, la tabla N° 16 detalla los porcentajes finales por variable, en la que se puede observar que el 64.43% de los productores de tara se encuentran totalmente de acuerdo en asociarse y el 91.77% de los encuestados están dispuestos a exportar su producto.

Posteriormente, se continua con la comprobación de la hipótesis general y las específicas planteadas, donde para ello se tomó en consideración el coeficiente de correlación de Spearman, a fin de conocer si las hipótesis alternas se aceptan o se aceptan las hipótesis nulas.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Interpretación de fórmula:

$r_s$  = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman

d = Diferencia entre los rangos (X menos Y)

n = Número de datos

### Tabla 15

#### *Escala de valoración de Correlación de Spearman*

Valor de rho de Spearman	Interpretación
0	No existe correlación
+0.10	Correlación positiva débil
+0.30	Correlación positiva baja
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+1.00	Correlación positiva muy alta

Fuente: Hernández et al.,2014

Luego de la aplicación del Coeficiente de Correlación de Spearman (Rho de Spearman) a las dos variables de estudio mediante el programa estadístico IBM SPSS 25, se concluye lo siguiente:

### Tabla 16

#### *Coeficiente de Correlación de Spearman*

Correlaciones	Asociatividad	Exportación
	V.I	V.D
Asociatividad	Coeficiente de 1.000	0.782
Rho de Spearman	V.I	
	Sig. (bilateral)	0.001

	N	15	15
Exportación	Coefficiente de correlación	de 0.782	1.000
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	15	15

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Nota: Información obtenida en SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

Conforme a lo señalado en la tabla N°18, el coeficiente de correlación de Spearman muestra un valor de 0.782, lo cual según la escala presentada significa una correlación positiva considerable y, el P valor es de 0.001 menor al nivel de significancia 0.005 por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

### Prueba de hipótesis específicas

#### Hipótesis específica 1:

H1<sub>1</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y la oferta exportable de los productores de tara San Marcos - Cajamarca

**Tabla 17**

*Coefficiente de Correlación Hipótesis específica 1*

Correlaciones		Asociatividad	Oferta exportable
Asociatividad	Coefficiente de correlación	1,000	0,782**
Rho de Spearman	Sig. (bilateral)	.	,001
Oferta exportable	N	15	15
	Coefficiente de correlación	,782**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.

N                      15                      15

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Información obtenida en SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

## Interpretación

De acuerdo con la tabla N°19, en la que se observa el resultado del coeficiente de correlación de Spearman correspondiente a la hipótesis específica 1 en la que se evalúa la variable asociatividad y oferta exportable, se obtuvo un valor de 0.782 lo cual en la escala presentada significa una correlación positiva considerable siendo así que se demuestra la correlación existente entre ambas variables. Así mismo, teniendo en cuenta que la significancia aproximada obtenida en la tabla 19 (Sig. Aprox = 0.001) fue menor a  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada por el investigador.

## Hipótesis específica 2:

H<sub>12</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y la comercialización de los productores de tara San Marcos – Cajamarca

**Tabla 18**

*Coefficiente de Correlación Hipótesis específica 2*

Correlaciones			Asociatividad	Comercialización
Rho de Spearman	Asociatividad	Coefficiente de correlación	1,000	0.786
		Sig. (bilateral)	.	0.040
		N	15	15
	Comercialización	Coefficiente de correlación	1,000**	1,000

Sig. (bilateral)	.	.
N	15	15

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

De acuerdo con la tabla N°20, en la que se observa el resultado del coeficiente de correlación de Spearman correspondiente a la hipótesis específica 2 en la que se evalúa la variable asociatividad y comercialización, se obtuvo un valor de 0.786 lo cual en la escala presentada significa una correlación positiva considerable, siendo así que se demuestra la correlación existente entre ambas variables. Así mismo, teniendo en cuenta que la significancia aproximada obtenida en la tabla (Sig. Aprox = 0.040) fue menor a  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada por el investigador.

### **Hipótesis específica 3:**

H<sub>13</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y las certificaciones de exportación de los productores de tara San Marcos - Cajamarca

### **Tabla 19**

*Coefficiente de Correlación Hipótesis específica 3*

Correlaciones				Asociatividad	Certificaciones que el país exige
Rho de Spearman	Asociatividad	Coefficiente de correlación	de	1,000	,784**
		Sig. (bilateral)		.	0.035
		N		15	15
	Certificaciones que el país exige	Coefficiente de correlación	de	,784**	1,000
		Sig. (bilateral)		,001	.
		N		15	15

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Interpretación

De acuerdo con la tabla N°21, en la que se observa el resultado del coeficiente de correlación de Spearman correspondiente a la hipótesis específica 3 en la que se evalúa la variable asociatividad y certificaciones que el país destino exige, se obtuvo un valor de 0.784 lo cual en la escala presentada significa una correlación positiva considerable, siendo así que se demuestra la correlación existente entre ambas variables. Así mismo, teniendo en cuenta que la significancia aproximada obtenida en la tabla (Sig. Aprox = 0.035) fue menor a  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada por el investigador.

## CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020 para lo cual se realizó una recopilación de información de antecedentes, bases teóricas, fuentes primarias y recolección de información a través del cuestionario aplicado a los productores que posteriormente fueron analizados y contrastados con los objetivos planteados en el estudio en curso, a fin de aceptar o rechazar las hipótesis planteadas por el investigador. Por consiguiente, luego de la aplicación del instrumento respecto a la variable *asociatividad* el 64.43% se mostró totalmente de acuerdo, el 16% de acuerdo, el 0.43% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.32% en desacuerdo y el 6.22% totalmente en desacuerdo.

Mientras tanto, en lo que corresponde a las dimensiones de esta variable se ha obtenido que *beneficios*, ha sido valorada con un 80% en la que se mostraron totalmente de acuerdo de obtener beneficios si se llega a conformar una asociación, ya que con ello tendrían acceso a reducción de costos, inversiones conjuntas, mejor manejo de los recursos, acceso a préstamos y por último mayor comunicación, cooperación y participación. Por otro lado, en lo que corresponde a la dimensión de *competitividad*,



se obtuvo igualmente una valoración de 80% lo cual indica que los productores consideran que al asociarse se tendrá mayor producción, se podría modificar la presentación de la tara, se tendrá un mejor rendimiento, manejo y técnicas de aprovechamiento de tierras, por lo tanto, serían competitivos en el mercado. Y finalmente, en relación a la dimensión de *acciones de apoyo*, se obtuvo una aprobación de solo el 33% lo cual indica que es necesario un mayor soporte del estado para fortalecer la agricultura.

A su vez, para la variable *exportación* el 91.77% se muestra totalmente de acuerdo, el 8.66% de acuerdo, el 0% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0% en desacuerdo, el 0% en totalmente en desacuerdo. En función a las dimensiones de esta variable se ha obtenido una valoración de 93.33% en lo que corresponde a oferta exportable, respecto a la dimensión de comercialización tuvo una puntuación de 92% y finalmente, *las certificaciones que el país destino exige* fue puntuado con un 90% mostrándose totalmente de acuerdo de cumplir con los estándares y requisitos que el mercado meta exige.

De este modo, se ha realizado la prueba de hipótesis según el coeficiente de Spearman que obtuvo un valor de 0.782 confirmando que las variables asociatividad y exportación tiene una relación directa. Así mismo, con el mismo método se realizó la prueba de la hipótesis específica correspondiente a asociatividad y oferta exportable en la que se tuvo una puntuación de 0.782 lo que confirma que ambas variables se encuentran relacionadas. De igual manera, se contrastó la hipótesis específica 2 en la que se analizó asociatividad y comercialización, en donde se obtuvo un valor de 0.786, lo cual confirma la relación existente. Finalmente, en relación a asociatividad y las

certificaciones de exportación que el país destino exige, se obtuvo un valor de 0.784, lo cual demuestra que ambas variables están asociadas.

Comparando los resultados antes mencionados, se concuerda con lo que indican Mayorga y Mayorga (2017) pues afirman que la asociatividad apoya al surgimiento de las personas involucradas haciendo que estas obtengan mejores beneficios económicos y condiciones de vida. Por lo cual, para agregar a lo antes mencionado en la presente investigación se encontró que los productores perciben una serie de beneficios que obtendrían al momento de asociarse tales como: reducción de costos, inversiones conjuntas, mejor manejo de recursos, acceso a préstamos y ampliación de participación, cooperación y comunicación en los involucrados. De modo similar, Correa y Guerrero (2016) mencionan en su investigación que la asociatividad genera un impacto económico, social y tecnológico positivo, ya que brinda oportunidad de progreso, mejora de ingresos, producción y minimización de riesgos para el lugar en el que se constituye la asociación. Lo cual se reafirma con la valoración del 80% obtenida en el presente estudio respecto a los beneficios que brinda la asociatividad.

Por otro lado, Choez y Guaiña (2019) en su investigación llegó a la conclusión de que las exportaciones requieren inversión económica, tecnológica, tecnificación de procesos productivos y práctica de comercialización, lo cual puede lograrse mediante la asociatividad, ya que, según la información obtenida en el presente estudio los productores alegan que podrían llegar a tener la calidad que requieren los países extranjeros en sus productos, por lo tanto, tener un producto de mejor calidad y por ende, ser más competitivos en el mercado. La valoración obtenida en la dimensión de oferta exportable fue de 93.33%

A diferencia de Algalobo y Pusse (2017) en su investigación mencionan que los productores no cuentan con la suficiente cantidad de producto para exportar sino es más bien agrupándose y que, además, para tener mayor conocimiento en sus procesos es necesario que el gobierno brinde mayor apoyo a la agricultura mediante capacitaciones. En el presente estudio se obtuvo que el 100% de los productores manifiestan estar totalmente de acuerdo en tener la capacidad suficiente para exportar. Sin embargo, se concuerda con lo mencionado por los autores en relación a las acciones de apoyo, pues el 73% de productores manifiesta que no ha recibido capacitaciones por parte de una entidad del estado y el 80% de productores opina que al recibir programas de apoyo por parte del gobierno contribuirá con mejorar las técnicas de manejo de sus tierras.

Así mismo, Quispe (2017) en su investigación obtuvo como resultado que es viable la implementación de una planta de procesamiento de Tara en el distrito de Santa Cruz, la cual tiene sustento en una propuesta técnica y económicamente viable al determinar ser rentable la implementación de esta para la comercialización del producto en el mercado chino. Y que, agregando a lo antes mencionado, el 80% de los productores en estudio consideran tener la competitividad necesaria para incursionar en el mercado internacional.

Finalmente, Ampuero y Chavarri (2017) dentro de los resultados obtenidos en su investigación realizada se llegó a la conclusión de que la asociatividad busca desarrollar el trabajo conjunto y el bien común para cada uno de sus integrantes. Adicionalmente, obtener reducción de costos, mayor rentabilidad, incremento de la productividad y creación de puestos de trabajo. En relación a lo expuesto anteriormente, la presente investigación ha obtenido una valoración del 80% de productores que se muestran *totalmente de acuerdo* respecto a la dimensión beneficios, de igual manera la

dimensión de *competitividad* obtuvo la misma valoración, en lo que corresponde a *oferta exportable* se obtuvo una valoración del 93.33% en la que los productores se mostraron *totalmente de acuerdo* y por último, en función a la dimensión de comercialización se obtuvo una puntuación de 90.67% mostrándose *totalmente de acuerdo*.

Por lo expuesto, esta investigación guarda consistencia teórica con lo que menciona Prom Perú (2013) acerca de la variable asociatividad pues la define como una alianza estratégica voluntaria en la que se busca aunar esfuerzos que permita sobreponerse a las dificultades que se les presente durante el proceso de su expansión incluyendo la fuerte competencia con la que se pueden encontrar en el extranjero. Por lo cual, la constitución de una asociación permitirá a los integrantes mantener su independencia jurídica y autonomía gerencial, además de disminuir costos, compartir riesgos y promover de manera colectiva el producto. Así pues, el resultado obtenido en la presente investigación confirma lo mencionado por Prom Perú ya que se obtuvo una valoración de 64.43% respecto a las dimensiones de beneficios, oferta exportable y acciones de apoyo las cuales corresponden a la variable asociatividad.

En lo que corresponde a la variable exportación de acuerdo a (SUNAT,2020) se define como uno de los regímenes aduaneros peruanos que facilita la salida del producto nacional al exterior para su uso o consumo definitivo. En el estudio realizado a los productores de tara se obtuvo una valoración del 91.77% en la que se muestran dispuestos a cumplir con los requerimientos para una adecuada oferta exportable, comercialización y certificación que el país destino exige.

Se debe tener en consideración que se ha tenido limitantes para la realización de la aplicación del cuestionario debido a la pandemia por la cual nos encontramos

atravesando y por lo cual, fue importante cuidar la salubridad de las personas encuestadas, siendo la aplicación del cuestionario en su mayoría aplicadas vía telefónica. Dentro de otra limitación encontrada durante el proceso fue la poca información encontrada respecto a la exportación de tara, lo cual demuestra que existe un amplio campo de estudio respecto a este producto que se encuentra en crecimiento de exportación.

Finalmente, la presente investigación apoyará a los futuros investigadores, regionales, nacionales e internacionales a tener antecedentes de la tara con la finalidad de seguir enriqueciendo el conocimiento y complementar la información ya obtenida en investigaciones previas con la finalidad de conocer y aprovechar el potencial que este producto agrícola está teniendo en el exterior en las diferentes industrias. Del mismo modo, tenga un impacto positivo en el acercamiento de los productores a la cadena productiva, así como también mejorar las relaciones interpersonales, mayor conocimiento y por ende mejor calidad de vida.

## **4.2 Conclusiones**

En relación a lo expuesto se puede concluir, en primer lugar, que respecto al objetivo general planteado por el investigador se determinó la relación positiva directa entre la variable independiente asociatividad y la variable dependiente exportación, pues se obtuvo un valor de 0.782 lo cual afirma que a partir de la conformación de una asociación, la exportación representa una oportunidad para los productores de tara y que se confirma con el nivel de significancia que tuvo un valor de 0.001 siendo menor que  $p < 0.05$  lo que permite la aceptación de la hipótesis planteada por el investigador.

Seguidamente, en relación al primer objetivo específico planteado se ha obtenido que existe una relación directa entre la variable asociatividad y oferta

exportable en la cual se obtuvo un valor de 0.782, lo cual afirma que a partir de la formación de una asociación los productores de tara mejorarán la oferta exportable, es decir, se mejorará la calidad del producto, se incursionará en mercados extranjeros, se competirá por brindar un precio competitivo, tener disponibilidad del producto y finalmente, buscar una relación entre calidad/precio. Al respecto, se ha obtenido un valor de 0.001 en el nivel de significancia, lo que demuestra que es menor que  $p < 0.05$  y por lo cual se acepta la hipótesis planteada por el investigador.

En función al segundo objetivo específico planteado se tuvo como resultado un valor de 0.786 en la correlación de Spearman, lo cual demuestra que existe una relación directa entre la variable Asociatividad y la dimensión comercialización, siendo esto lo que confirma lo mencionado por Guayasamin y Montero (2017) que al asociarse se tiene múltiples beneficios dentro de los cuales se tiene el poder de negociación, reducción de costos y acceso a mejores precios para obtener una mayor rentabilidad del producto. Así pues, el valor de significancia en este caso fue de 0.040 siendo este menor que  $p < 0.05$ , por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada por el investigador.

Finalmente, respecto al último objetivo en el cual se analiza la relación existente entre la variable asociatividad y certificaciones de exportación se obtuvo un valor de 0.784 en el coeficiente de Spearman, lo cual confirma la relación entre ambas y lo mencionado por Esan (2019) pues luego de asociarse los pequeños productores deberán buscar el conocimiento necesario para instruirse y cumplir con los estándares necesarios que el país destino exige para el ingreso del producto. Referente al nivel de significancia se obtuvo un valor de 0.035 lo cual permite aceptar la hipótesis planteada por el investigador.

## REFERENCIAS

- Agraria. (2018, 4 abril). Perú produce más del 90% de la tara a nivel mundial. Agencia Agraria de Noticias. <https://agraria.pe/noticias/peru-produce-mas-del-90-de-la-tara-a-nivel-mundial-16304>
- Agroideas (2017) Valle de la chira (Banano orgánico) productores piuranos del Valle del Chira consolidan exportaciones de banano orgánico a Europa y Asia. <https://www.agroideas.gob.pe/project/valle-del-chira-banano-organico/>
- Armstrong, G., Kotler, P (2013) Fundamentos de marketing (Decimoprimer edición)  
ISBN: 978-607-32-1722-4
- Alburqueque, P., Rodríguez, H. (2015) Modelo de asociatividad para promover el desarrollo económico de pequeños productores de hortalizas en la provincia de Trujillo. Revista de ciencia y tecnología 169-185. ISSN: 2306 versión digital
- Algalobo, B., Pusse, K (2017) “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos” [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo] <https://docplayer.es/128196069-Tesis-asociatividad-como-estrategia-de-desarrollo-para-la-exportacion-del-limon-sutil-del-distrito-de-olmos.html>

Ampuero, S., Chávarri, D., (2017) “Características de asociatividad en productores de la cooperativa agraria de tara del norte de San Marcos Cajamarca, para exportar shampoo de tara a San Francisco – EEUU, 2017” [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] Repositorio Upn <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11197>

Andina (2 de setiembre de 2020) La asociatividad es clave para el desarrollo de la agricultura familiar. <https://andina.pe/agencia/noticia-la-asociatividad-es-clave-para-desarrollo-de-agricultura-familiar-812221.aspx>

Arias, F. (2012). El proyecto de la investigación: Vol. 6ta edición [Libro electrónico]. Episteme C.A <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Arias, F. (2016). El proyecto de investigación: Vol. 7ta edición [Libro electrónico]. Episteme, C.A. [https://kupdf.net/download/el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-7ma-edic-2016pdf\\_5a1b4afde2b6f5e526da642c\\_pdf](https://kupdf.net/download/el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-7ma-edic-2016pdf_5a1b4afde2b6f5e526da642c_pdf)

Campos, E (2016) Plan de gestión de riesgos de desastres y cultura ambiental: Un análisis desde el enfoque cuantitativo. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201701.006>

Chang, Y., Gayoso, O., (2019) “Análisis de los factores que permitieron la exportación de tara en polvo hacia China durante el periodo del 2014 al 2017” [Tesis de pregrado, Universidad peruana de Ciencias aplicadas] Repositorio académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626501>



Choez, K., Guaiña, A., (2019) “Análisis de la posible asociatividad de los productores de frejol gandul del cantón Pedro Carbo para potencializar su exportación” [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45758>

Comex Perú (21 de setiembre de 2018) Principales destinos de las exportaciones peruanas. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/principales-destinos-de-las-exportaciones-peruanas>

Corbalán, J (2013) Las cooperativas en Asia y América Latina. Mediterráneo económico 79-102. ISBN-13:978-84-95531-59-9

Esan (4 de diciembre de 2019) Asociatividad: la clave para conquistar el mercado internacional. <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/12/04/asociatividad-la-clave-para-conquistar-el-mercado-internacional>

Guayasamin, C., Montero, G. (2017) Asociatividad y cadena productiva, factores importantes en el desarrollo del comercio internacional. Transformación del borojo en bebida energizante natural. Ecuador. ISBN 1390-9304

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación: Vol. 5ta edición [Libro electrónico]. McGraw-Hill Education. [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación: Vol. 6ta edición [Libro electrónico]. McGraw-Hill Education. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Huang, Z. (2013). Farmer Cooperatives in China: Development and Diversification. Google académico. [https://emnet.univie.ac.at/uploads/media/Huang\\_Zuhui.pdf](https://emnet.univie.ac.at/uploads/media/Huang_Zuhui.pdf)
- Márquez Caro, O. J., Cosio Borda, R. F., Márquez Caro, F. L., & Manrique Nugent, M. A. L. (2020). Competitividad de la tara peruana en el comercio internacional, período 2010-2018. *Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 22(2), 258-280. <https://doi.org/10.36390/telos222.02>
- Mayorga, M., Mayorga, W (2017) “El emprendimiento asociativo del sector textil y su impacto en el desarrollo local de la provincia de Tungurahua” [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25766>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020) Reporte de Comercio Bilateral Perú-China. <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/reportes-estadisticos/reportes-de-comercio/reportes-de-comercio-bilateral/>
- Ministerio de agricultura y riego (Lima, 13 de julio de 2012) La asociatividad en el agro impulsa la generación de empleo y divisas en el país. <https://www.midagri.gob.pe/portal/datero/283-ejes-de-gestion/asociatividad/7234-la-asociatividad-en-el-agro-impulsa-la-generacion-de-empleo-y-divisas-en-el-pais>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013) Promoviendo Exportación Red de Promotores de comercio Exterior

- [https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia\\_12\\_Asociatividad\\_Comercio\\_Exterior\\_2014\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20asociatividad%20permite%20generar%20espacios,el%20trabajo%20con%20los%20dem%C3%A1s](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20asociatividad%20permite%20generar%20espacios,el%20trabajo%20con%20los%20dem%C3%A1s)
- Ministerio de Agricultura y Riego (s.f) Definición de la oferta exportable.
- <https://www.minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/quepodemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio de Agricultura y Riego (abril,2019) Producción y Comercio de la tara en el Perú.
- <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/168510289radF57F7.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2021) Política económica y Social.
- [https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=100694&view=article&catid=750&id=4861&lang=es-ES](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100694&view=article&catid=750&id=4861&lang=es-ES)
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2017) Experiencias exitosas de asociatividad de los agricultores familiares en los sistemas agroalimentarios: El caso de la Red Andina de Productores de Quinua. ISBN: 978-92-5-309644-2
- Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (2003) ¿Es la certificación algo para mí? Una guía práctica sobre por qué, cómo y con quién certificar productos para la exportación. ISBN: 9968-866-30-X
- Porter, M (1991) Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. SBN: 0-02925090-0

Quispe, R., (2017) “Propuesta de instalación de una planta de procesamiento de goma de tara y polvo de tara para exportación en el distrito de Santa Cruz, Cajamarca” [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo] <http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/1129>

Salas, V (2016) El rol de la asociatividad en la participación Comercial de los productores agrarios: El caso de Piura. Consorcio de investigación económica y social. [https://usmp.edu.pe/idp/wp-content/uploads/2017/03/el\\_rol\\_de\\_asociatividad\\_-\\_vania\\_bitia.pdf](https://usmp.edu.pe/idp/wp-content/uploads/2017/03/el_rol_de_asociatividad_-_vania_bitia.pdf)

Ruíz, A. (2020, 2 octubre). TIPOS DE INVESTIGACIÓN [Diapositivas]. Academia. [https://www.academia.edu/31632928/Tipos\\_de\\_Investigaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/31632928/Tipos_de_Investigaci%C3%B3n)

Santos, G (2017) “Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla” [Tesis de pregrado, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla] <https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2009, marzo) Exportación definitiva [https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02\\_v6.htm](https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02_v6.htm)

Zhong, Z., Zhang, C., Jia, F., & Bijman, J. (2018). Vertical coordination and cooperative member benefits: Case studies of four dairy farmers’ cooperatives in

China. Journal of Cleaner Production, 172, 2266-2277.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.184>

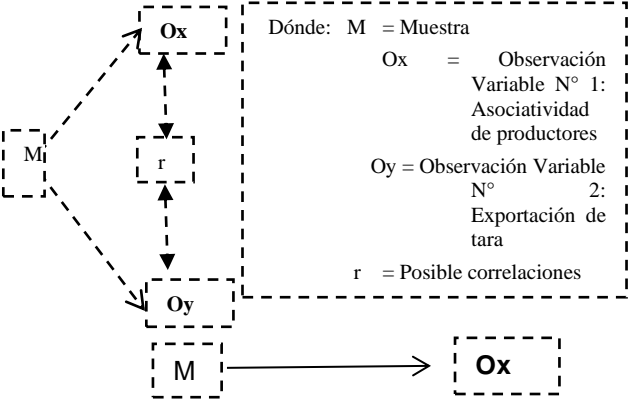
## ANEXOS 1

### ANEXO 1 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

TITULO: “ASOCIATIVIDAD Y EXPORTACION DE LOS PRODUCTORES DE TARA SAN MARCOS – CAJAMARCA, 2020”				
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>VARIABLE</b>  Asociatividad de productores	<b>X:</b>  Núñez (2011) menciona que hay asociación cuando un grupo de personas deciden juntarse para un fin, medio por el cual el individuo consigue mediante la cooperación de fuerzas, superar lo limitado de sus posibilidades individuales y superar las exigencias para así lograr llevar a cabo sus mayores empresas, la unión aumente su logro.	Para evaluar esta variable se aplicará un cuestionario a los productores de tara del Centro Poblado Saparcón- San Marco en base a las dimensiones de esta misma, a fin de recolectar datos confiables y verídicos para la investigación.	Beneficios	Económicos
				Poder de negociación
				Financiamiento
			Competitividad	Economía de escala
				Valor agregado
				Manejo y rendimiento
				Extensión
			Acciones de apoyo	Coordinación de instituciones de apoyo al sector productivo
				Probabilidad de éxito de los programas de apoyo
Existencia de canales de comunicación con entidades públicas o privadas				
<b>VARIABLE</b>  Exportación de tara	<b>Y:</b>  La exportación es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2009).	La recopilación de datos para esta variable se realizará por medio de un cuestionario aplicado a los productores de tara del Centro Poblado Saparcón – San Marcos considerando las dimensiones de ésta misma.	Oferta exportable	Disponibilidad del producto
				Óptima relación calidad/precio
				Capacidad de respuesta
			Comercialización	Nivel de articulación del mercado
				Logística y distribución
			Certificaciones que el país exige	Calidad
				Certificado de buenas prácticas
				Certificado de origen
				Certificado sanitaria

### ANEXO 2 MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VAIABLES E INDICADORES			
<p><b>Formulación del problema:</b></p> <p>¿Qué relación existe entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la relación entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p>Determinar la relación entre la asociatividad y la oferta exportable de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020.</p> <p>Determinar la relación entre la asociatividad y la comercialización de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020.</p> <p>Determinar la relación entre la asociatividad y las certificaciones de exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020.</p> <p>Elaborar una propuesta de asociatividad para los productores de tara del centro poblado de Saparcón – San Marcos - Cajamarca para la exportación al mercado de China</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>H1 Existe una relación directa entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b></p> <p>H1<sub>1</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y la oferta exportable de los productores de tara San Marcos – Cajamarca</p> <p>H1<sub>2</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y la comercialización de los productores de tara San Marcos – Cajamarca</p> <p>H1<sub>3</sub> Existe una relación directa entre la asociatividad y las certificaciones de exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca</p>	<b>Variable 1: Asociatividad</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
			Beneficios	Económicos	1,2	Escala:  (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
				Poder de negociación	3,5	
				Financiamiento	4	
			Competitividad	Economía de escala	6	
				Valor agregado	7	
				Manejo y rendimiento	8,9	
			Acciones de apoyo	Extensión de tierras	10	
				Coordinación de instituciones de apoyo al sector productivo	8,9	
				Probabilidad de éxito de los programas de apoyo	11,12,15	
				Existencia de canales de comunicación con entidades públicas o privadas	13,14	
			<b>Variable 2: Exportación</b>			
			Oferta exportable	Disponibilidad del producto	17,19	Escala:  (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
				Óptima relación calidad/precio	16,18,20	
Comercialización	Nivel de articulación del mercado	23,24				
	Logística y distribución	21,22,25				
Certificaciones que el país exige	Calidad	26				
	Certificado de buenas prácticas	28				
	Certificado de origen	29				
	Certificado sanitario	27				

Tipo de diseño de investigación	Población y muestra	Técnica e instrumentos	Análisis de datos
<p><b>Tipo:</b> Propositiva, básica o pura.  <b>Enfoque:</b> Cualitativo.  <b>Diseño:</b> No experimental, transversal.  <b>Tipo:</b> Correlacional, propositiva</p>  <p>Dónde: M = Muestra  Ox = Observación Variable N° 1: Asociatividad de productores  Oy = Observación Variable N° 2: Exportación de tara  r = Posible correlaciones</p>	<p><b>Población:</b> Productores de tara del Centro Poblado Saparcón - San Marcos</p> <p><b>Tipo de muestreo:</b> Probabilístico y aleatorio simple.</p> <p><b>Muestra:</b> 15 productores de tara del Centro Poblado Saparcón - San Marcos</p>	<p><b>Variable 1:</b> Asociatividad de productores  <b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario  <b>Ámbito de Aplicación:</b> Centro poblado de Saparcón  <b>Forma de Administración:</b> Individual</p> <p><b>Variable 2:</b> Exportación de tara  <b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario  <b>Ámbito de Aplicación:</b> Centro poblado Saparcón  <b>Forma de Administración:</b> Individual</p>	<p><b>DESCRIPTIVA:</b> Excel  Variable 1: Asociatividad de productores  Variable 2: Exportación de tara</p> <p><b>INFERENCIAL:</b> Paquete estadístico SPSS (IBM 25)  Correlación de las variables 1 y 2</p>





# ANEXO 4 FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



## FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. REFERENCIA

- 1.1. **Experto:** James Gamarra Banda
- 1.2. **Especialidad:** Administración y Negocios Internacionales
- 1.3. **Cargo actual:** Docente a tiempo completo
- 1.4. **Grado académico:** Magíster
- 1.5. **Institución:** Universidad Privada del Norte
- 1.6. **Tipo de instrumento:** Encuesta
- 1.7. **Lugar y fecha:** lunes, 28 de Setiembre de 2020

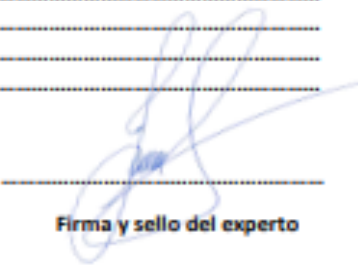
### II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores						
2	Formulado con lenguaje apropiado	X					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis	X					
5	Suficiencia para medir la variable	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		X				
8	Expresado en hechos perceptibles	X					
9	Tiene secuencia lógica		X				
10	Basado en aspectos teóricos	X					
TOTAL							

Coefficiente de valoración porcentual:  $c = 43/45 = 95.6\%$

### III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....  
.....  
.....  
.....

  
.....  
Firma y sello del experto

**FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**I. REFERENCIA**

- 1.1. Experto: Jhaquelin Marceli Mendoza Castañeda
- 1.2. Especialidad: Administración
- 1.3. Cargo actual: Docente UPN
- 1.4. Grado académico: Magister
- 1.5. Institución: Universidad Privada del Norte
- 1.6. Tipo de instrumento: Cuestionario
- 1.7. Lugar y fecha: 30-09-2020

**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores						
2	Formulado con lenguaje apropiado	X					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis	X					
5	Suficiencia para medir la variable	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		X				
8	Expresado en hechos perceptibles	X					
9	Tiene secuencia lógica		X				



## ANEXO 5 Cuestionario para identificar a la asociatividad en productores de tara del Centro Poblado Saparcón – San Marcos como oportunidad para la exportación al mercado de China, 2020.

La presente encuesta tiene el objetivo de identificar a la relación que existe entre la asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020

El siguiente cuestionario es anónimo, por lo cual lo invito a contestar con la mayor sinceridad ya que la información recolectada se usará para fines exclusivamente académicos.

**Género:**

a) Masculino

b) Femenino

**Edad:** .....

Marque con una “X” según la escala determinada en el cuadro:

5= Totalmente de acuerdo, 4 = De acuerdo, 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 1 = Totalmente en desacuerdo						
N°	ASOCIATIVIDAD	5	4	3	2	1
<b>Beneficios</b>						
1	Siente usted que asociarse con otros productores le permitirá reducir costos en la obtención de herramientas de trabajo					
2	Siente usted que asociarse con otros productores permite realizar inversiones conjuntas					
3	Siente usted que asociarse con otros productores le permitirá realizar un mejor manejo de los recursos					
4	Percibe usted que asociarse con otros productores le permitirá acceder a préstamos					
5	Percibe usted que asociarse con otros productores permitirá ampliar la comunicación, cooperación y participación para una mejor toma de decisiones de tal manera que se llegue al objetivo en común					
<b>Competitividad</b>						
6	Siente usted que asociarse con otros productores de tara permitirá aprovechar la producción de todos los asociados					
7	Siente usted que se debería modificar la presentación de la tara					
8	Percibe usted un rendimiento y manejo adecuado de sus tierras					
9	Siente usted tener las técnicas necesarias para el aprovechamiento adecuado de sus tierras					

10	Siente usted que la extensión de sus tierras se encuentra en la capacidad de aportar una importante cantidad a la asociación para su exportación					
<b>Acciones de apoyo</b>						
11	Ha recibido usted capacitaciones por parte del gobierno					
12	Siente usted que recibir programas de apoyo por parte del gobierno contribuirá con mejorar las técnicas de manejo de sus tierras					
13	Percibe usted que los canales de comunicación que el gobierno utiliza con el productor son los adecuados					
14	Siente usted que los métodos y técnicas realizadas como acciones de apoyo por parte del gobierno se adecua a las condiciones del productor					
15	Siente usted que las acciones de apoyo por parte del gobierno fomentan una agricultura amigable con el medio ambiente					

N°	EXPORTACION	5	4	3	2	1
<b>Oferta exportable</b>						
16	Siente usted que, asociándose con otros productores, su producto podría llegar a tener la calidad que requiere los países extranjeros					
17	Siente usted que asociándose podría incursionar en mercados internacionales					
18	Siente usted que al asociarse podría obtener un precio internacional competitivo					
19	Siente usted tener la capacidad suficiente para aportar a una asociación exportadora					
20	Percibe usted que la asociación permitirá mejorar la calidad del producto del tal manera que exista una relación entre calidad/precio					
<b>Comercialización</b>						
21	Percibe usted que, asociándose con otros productores, tendrían la capacidad de distribuir su producto en otro país.					
22	Siente usted que asociándose les permitirá negociar de formar directa con clientes en el extranjero					
23	Percibe usted que asociado con otros productores, podría tener más posibilidades de lograr contratos de comercio con empresas de otro país.					
24	Siente usted que trabajando asociadamente podría tener la capacidad de ingresar a mercados internacionales para competir con otras empresas					
25	Siente usted que, asociándose con otros productores, podrían desarrollar procesos logísticos como: almacenaje, transporte, embalaje y trámites documentarios					
<b>Certificaciones que el país exige</b>						
26	Percibe usted que al formar una asociación se logrará la calidad de producto que el país destino exige					
27	Siente usted que al asociarse como productores se encontrarán en las condiciones para obtener todos los requisitos sanitarios que se exigen en el exterior					
28	Siente usted que al asociarse les permitirá obtener el certificado de buenas prácticas que el DIGEMID otorga					

29	Siente usted que al asociarse se podrá obtener la certificación de origen, es decir, los requisitos estipulados en el acuerdo comercial con el país al cual se va a exportar					
----	--	--	--	--	--	--

## **ANEXO 6 PROPUESTA DE FORMACIÓN DE ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar una propuesta de formación de asociación y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la información y los pasos que se necesita para la constitución de una asociación, así como también elaborar el plan estratégico empresarial.
- Analizar la oferta exportable necesaria para realizar la exportación competente de tara al mercado de China.
- Proponer un programa de capacitaciones y talleres para potenciar la formación exportadora de los productores de tara del centro poblado de Saparcón.
- Determinar los requisitos necesarios para la exportación de tara al mercado de China.

### **Figura 7**

*Modelo de Minuta para la formación de una asociación de productores de tara*



#### MINUTA

##### SEÑOR NOTARIO PÚBLICO:

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS, UNA DE CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE SELVA KANA, QUE OTORGA GUIDO KARKOV CALLASACA PACHAPUMA, PERUANO, SOLTERO, OBRERO, IDENTIFICADO CON DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD N° 01699067, CON DOMICILIO EN COMUNIDAD DE KANA, DISTRITO AYAPATA, PROVINCIA DE CARABAYA Y DEPARTAMENTO DE PUNO; PROCEDE EN NOMBRE Y REPRESENTACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE SELVA KANA, SEGÚN FACULTADES CONFERIDAS EN EL ACTA DE FUNDACIÓN Y APROBACIÓN DE ESTATUTO DE FECHA 02 DE SETIEMBRE DEL 2014, QUE CORRE A FOJAS 03 Y SIGUIENTES DEL LIBRO DE ACTAS DE ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS, EN SU CALIDAD DE PRESIDENTE; DE ACUERDO A LAS CLÁUSULAS Y CONDICIONES SIGUIENTES:

**PRIMERA:** EL OTORGANTE POR SÍ Y EN REPRESENTACIÓN DE LOS DEMÁS ASOCIADOS, CONVENE POR LOS ACUERDOS ADOPTADOS Y FACULTADES OTORGADAS EL DÍA 02 DE SETIEMBRE DEL 2014 JUNTO CON LA APROBACIÓN DE ESTATUTO TAMBIÉN DE FECHA 02 DE SETIEMBRE DEL 2014, CONSTITUIR UNA ASOCIACIÓN SIN FINES DE LUCRO, CUYA DENOMINACIÓN SERÁ: ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE SELVA KANA, CUYOS FINES CONSTAN DEL ACTA RESPECTIVA DE FUNDACIÓN Y APROBACIÓN DE ESTATUTO, QUE USTED SEÑOR NOTARIO SE SERVIRÁ INSERTAR POR TANTO LOS SOCIOS FUNDADORES ACORDARON POR UNANIMIDAD CONSTITUIR UNA ASOCIACIÓN SIN FINES DE LUCRO, LA MISMA QUE SE DESARROLLARÁ DE ACUERDO A LOS FINES QUE CONSTAN EN EL ESTATUTO.

**SEGUNDA:** EN DICHA ACTA DE FUNDACIÓN SE HA ACORDADO TRAMITAR LA PERSONERÍA JURÍDICA DE LA ASOCIACIÓN Y DE ACUERDO AL ARTÍCULO 2° INC. 17) DE LA CONSTITUCIÓN Y ARTÍCULO 80° DEL CÓDIGO CIVIL, QUE SE REFEREN AL DERECHO DE ASOCIARSE SIN FINES DE LUCRO Y CONFORME A LEY.

**TERCERA:** ASIMISMO EN LA MISMA ASAMBLEA DE CONSTITUCIÓN Y FUNDACIÓN SE NOMBRÓ AL PRIMER CONSEJO DIRECTIVO DE LA ASOCIACIÓN, SE APROBARON OTROS PUNTOS Y SE AUTORIZÓ AL OTORGANTE PARA QUE SUSCRIBA LA PRESENTE MINUTA Y ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN, EN LOS TÉRMINOS DEL ACTA QUE USTED SEÑOR NOTARIO SE SERVIRÁ INSERTAR, ASÍ COMO REALICEN LAS GESTIONES NECESARIAS PARA SU INSCRIPCIÓN EN LOS REGISTROS PÚBLICOS.

SÍRVASE USTED SEÑOR NOTARIO AGREGAR CUANTO SEA DE LEY, REMITIENDO LOS PARTES AL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS, LIBRO DE ASOCIACIONES PARA SU CORRESPONDIENTE INSCRIPCIÓN.

JULIACA, 19 DE ENERO DEL 2015.

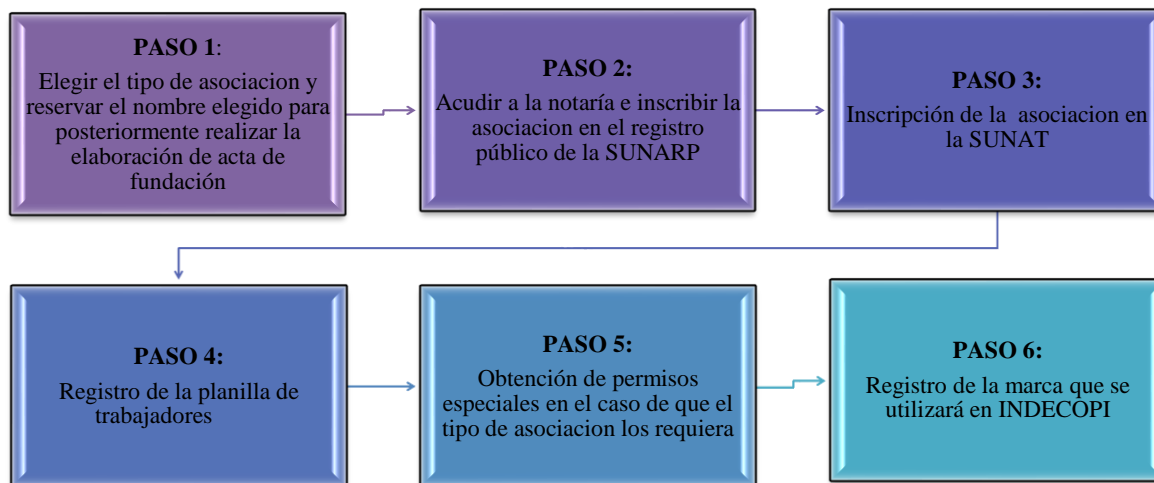
Nota: Minuta de constitución de asociación de productores agropecuarios de selva kana

## 1. OBJETIVO ESPECÍFICO 1:

### 1.1 Información que se necesita para la constitución de una asociación.

- Se requiere la información de dos personas como mínimo que formarán parte de la asociación a quienes se les considerará los fundadores de la misma y los cuales deberán brindar información como: Nombres completos, N° de DNI, domicilio, ocupación, estado civil y nacionalidad.
- Se deberá tener el nombre de la asociación a la cual se está formando
- Se debe tener una breve descripción de los principales objetivos de la asociación.
- Libro de actas y libro de padrón de asociados que deben estar legalizados.
- Datos de las personas que formarán parte del Consejo Directivo de la asociación: Presidente, vicepresidente, secretario, tesorero u otros.

## 2. Pasos para la constitución de una asociación



Fuente: Crecemype

- En referencia al paso 1, los productores deberán definir el tipo de asociación, reservar el nombre elegido y de igual manera fijar cual será la actividad económica que se realizará.
- En referencia al paso 2, los socios deberán tener en consideración lo siguiente: aprobar la constitución de la empresa, definir el capital inicial, aprobar el estatuto establecido para la formación de la asociación, y finalmente, elegir los órganos de gobierno.
- En referencia al paso 3, se deberá tener en consideración lo siguiente: a) verificar que los socios se encuentran registrados en SUNAT y en el régimen adecuado para realizar las transacciones necesarias; b) solicitar la autorización de comprobante de

pago sea boleta o factura según corresponda; c) en caso se requiera, solicitar autorización de emisión de guías de remisión.

- Respecto al paso 4, se deberá informar de manera anual al ministerio de trabajo y promoción del empleo si tienes hasta 3 trabajador b) llenar planillas electrónicas de ser el caso que se tengan más de 3 trabajadores para informar mensualmente a la SUNAT.
- Referente al paso 5, de ser el caso que se requieran permisos especiales según la naturaleza de la asociación, deberán ser solicitadas a las autoridades competentes a fin de realizar de manera efectiva las actividades para las que fue creada.
- Finalmente, respecto al paso 6 se deberá tener en cuenta lo siguiente: a) ubicar el formulario y solicitud para inscribir la marca definida en INDECOPI; b) llenar el formulario con los datos requeridos c); realizar la entrega del formulario correctamente llenado en la oficina de signos distintivos del INDECOPI.

Los gastos incurridos durante este proceso pueden ser variables dependiendo del lugar en el que se desenvuelven, sin embargo, se puede determinar un aproximado considerando lo siguiente:

- a) Gasto en los honorarios de un abogado por la prestación de sus servicios, así como su asesoramiento durante este proceso.
- b) Gastos en notaria que esto podría variar entre S/ 400 a 500
- c) Gastos registrales entre S/ 120 - 150

De igual manera, es importante tener en consideración que, de manera obligatoria, toda asociación deberá contar con los siguientes libros:

- Registro de socios
- Registro de delegados
- Actas de Asamblea General
- Actas del consejo de administración y vigilancia.
- Actas del comité electoral y educación
- Registro de concurrentes a asambleas
- Libros contables

## 2.1 Propuesta de plan estratégico empresarial

### **Descripción de la empresa:**

La asociación de productores de tara del Centro Poblado de Saparcón – San Marcos, deciden asociarse al ver una oportunidad de poder aunar esfuerzos para tener una mayor participación en el mercado con el aporte de sus socios, lo cual les permitirá competir no solo en el mercado nacional, sino también internacional. Dicho esto, la presente asociación se encontrará formada por 15 aportantes los cuales previamente a exportar, recibirán una serie de capacitaciones para el tratamiento, manejo, optimización de sus tierras, así como también información para desarrollar la cultura exportadora.

### **Misión:**

Somos una asociación de productores de tara dedicada a la producción, acopio y comercialización para mejorar las condiciones y calidad de vida de nuestros socios, sin dejar de lado el cuidado de nuestro medio ambiente y el cuidado de nuestros recursos.

**Visión:**

Para mediados del 2021, tener una asociación sólida que permita tener reconocimientos a nivel nacional por la calidad del producto que se ofrece a fin de cumplir con los requisitos para la internacionalización.

**Valores:**

**Trabajo en equipo:** Tener claros los objetivos a los cuales se desea llegar a fin de trabajar conjuntamente para el cumplimiento de estos.

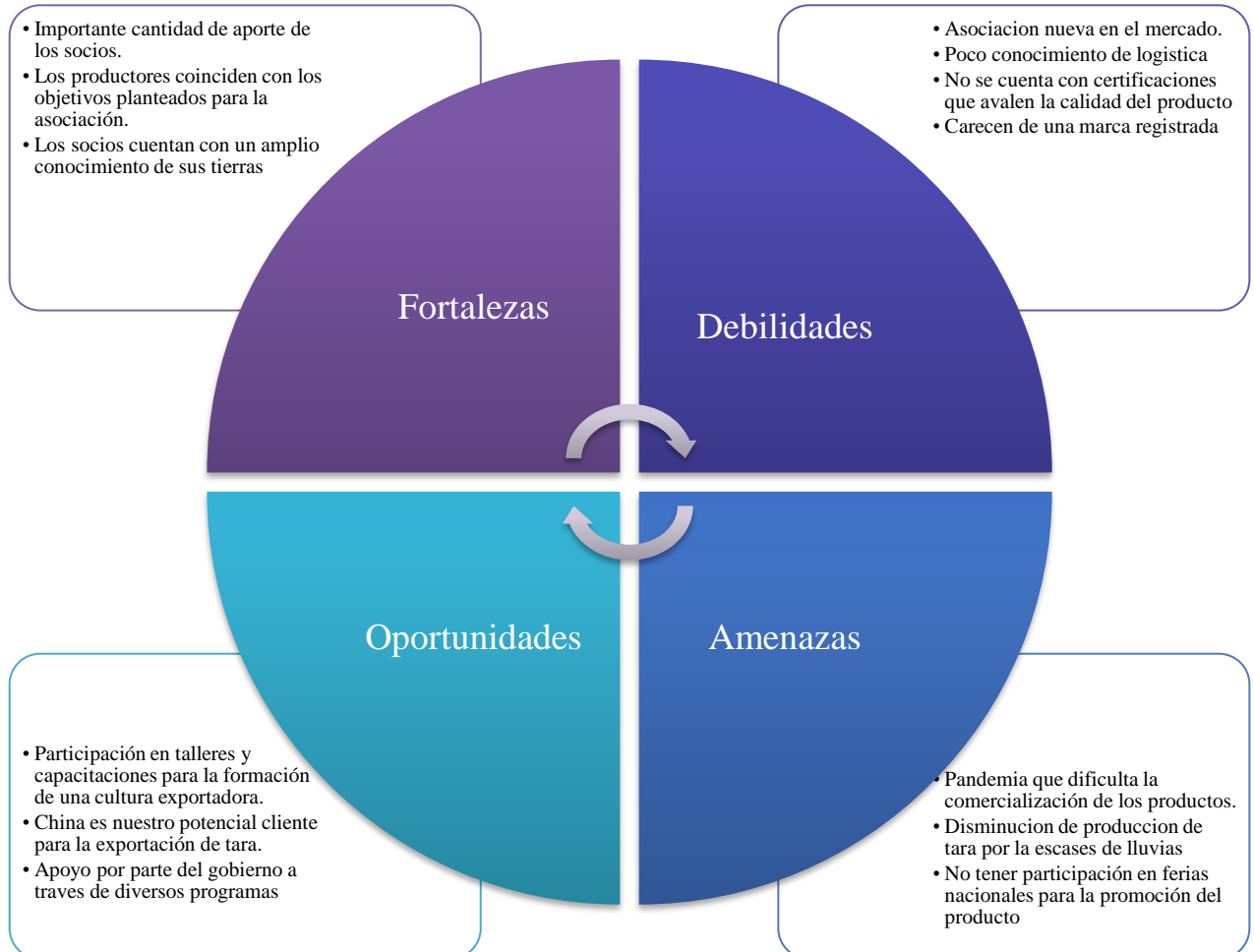
**Honestidad:** Trabajar de manera transparente, dejando de lado los intereses personales y teniendo en consideración los del equipo.

**Responsabilidad social:** Buscar tener un impacto positivo en el contexto en el que se desenvuelven generando empleos de trabajo para los involucrados, así como también tener en consideración el cuidado del medio ambiente.

**Igualdad:** Cada socio tendrá lo que le corresponda sin distinción alguna.

**Figura 8**

*Matriz FODA*



**Figura 9**

*Propuesta de estructura organizacional de la asociación de productores de tara del centro poblado de Saparcón*



### 3. OBJETIVO ESPECÍFICO 2:

#### 3.1 Análisis de la oferta exportable para la exportación de tara al mercado de China

##### Capacidad de producción

Para el desarrollo de este objetivo se ha tomado en consideración lo mencionado por los productores del centro poblado de Saparcón quienes mencionan que en promedio una hectárea rinde un total de 3000 KG

- Producción en mayor cosecha: 414,000 KG
- Producción en menor cosecha: 276,000 KG
- Producción anual en mayor cosecha: 1'026720,00 KG
- Producción anual en menor cosecha: 684,480 KG

Sin embargo, la cantidad de producción detallada puede variar por diversos factores siendo el más principal el cambio climático el que ahora preocupa a los productores. De esta manera, 1'026720,00 Kg sería la capacidad de producción que se tendría al conformarse la asociación y el año óptimo con mayor cosecha.

### **Capacidad de inversión**

Respecto al punto en cuestión se tendrá en consideración lo mencionado por los productores que anteriormente formaban parte de la Cooperativa Agraria Productores de tara del Norte.

Capacidad de inversión por productor

- Inversión mensual: S/ 200
- Inversión anual: S/2400

Capacidad de inversión en conjunto

- Inversión mensual: S/ 3,000
- Inversión anual: S/ 36,000 aproximadamente

La capacidad de inversión detallada, se considera por productor y en conjunto al formar una asociación, siendo este dinero destinado a instrumentos de trabajo que se utilizan para poder tener una óptima producción y hacer frente a las diferentes plagas u otros percances que puede el agricultor controlar. Así también, cuando se conforme la asociación y con ello se integren nuevos productores a esta, se tendrá mayor cantidad de financiamiento lo cual se verá reflejado en adquirir instrumentos, tecnología e insumos que les permita optimizar cada uno de sus procesos.

### **Capacidad de gestión**



Finalmente, respecto a la capacidad de gestión luego de la formación de la asociación los productores tendrán que elegir entre los asociados un presidente, quien se encargue de representarlos y busque el bienestar y crecimiento de la asociación recientemente formada, misma que deberá tener las cualidades que les permita visionar y desarrollar una cultura exportadora a fin de lograr internacionalizarse. Por tal motivo, para la capacidad de gestión se deberá tener en consideración las dimensiones que involucra la variable de asociatividad, siendo estas: Beneficios, Competitividad y acciones de apoyo:

Los productores deberán tener en consideración que la formación de una asociación les permitirá obtener mayores beneficios a nivel individual y grupal, pues esto implicará un mayor poder adquisitivo, poder de negociación, suma de esfuerzos, así como también de producción, conocimientos y experiencias que finalmente traerá consigo el bien común. Por otro lado, dado que se busca desarrollar una cultura exportadora se deberá tener en consideración las exigencias del mercado destino a fin de optimizar, integrar y desarrollar procesos que conlleven al objetivo y de esta manera se desarrolle conjuntamente la competitividad por producto/precio y calidad para de esta manera satisfacer al cliente extranjero y se consolide un ingreso satisfactorio.

Por último, luego de haber formado la asociación se espera recibir apoyo gubernamental, pues es de suma importancia recibir capacitaciones respecto a uso de tierras, calidad de producto y certificaciones que se requiere para ingresar al mercado destino, pues según la información obtenida de los productores actualmente no se recibe acercamiento alguno por parte del estado en pro de brindarles asesorías con el fin de mejorar los procesos que desarrollan y además actualizarse en nuevos productos y

técnicas que les permitiría aprovechar en mayor medida las tierras, de esa manera se cumplan las exigencias del mercado internacional.

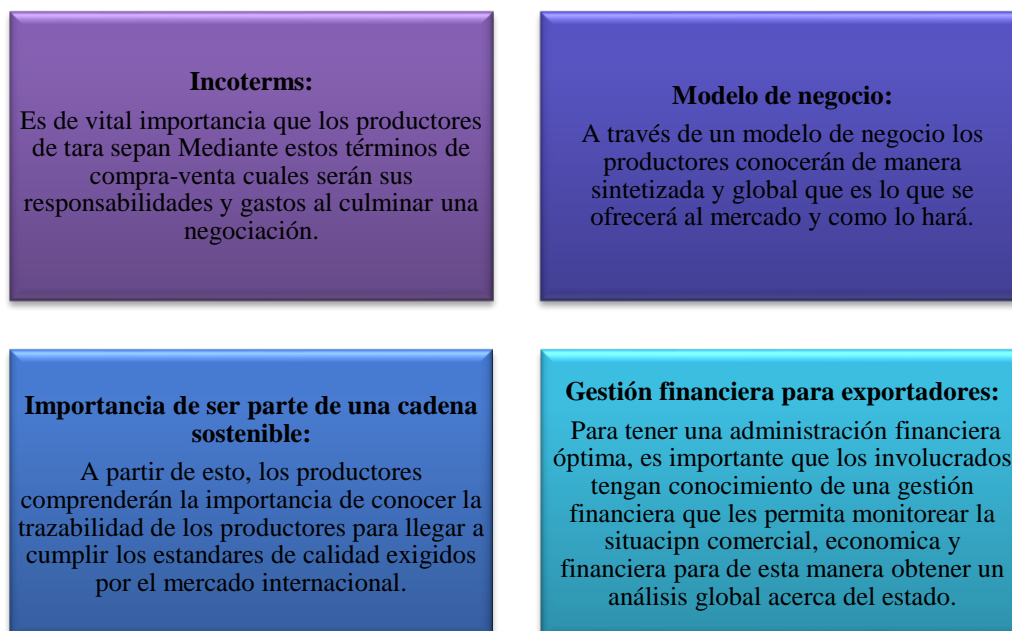
#### 4. OBJETIVO ESPECÍFICO 3:

##### 4.1 Programas de capacitación y talleres para el desarrollo de la cultura exportadora en los productores de tara del centro poblado de Saparcón

Para ello, recordaremos que en el cuestionario aplicado a los productores de tara del centro poblado de Saparcón se les consultó si se encontraban dispuestos a exportar su producto y para lo cual ellos demostraron la plena disposición y el entusiasmo de hacerlo, dicho esto se tomará en consideración los temas que el aula virtual de PromPerú nos ofrece como herramienta para el desarrollo de una cultura exportadora para los socios, teniendo los siguientes:

#### Figura 10

##### *Temas de capacitación al productor*



Fuente: PromPerú

Elaboración: Propia

## **5. Objetivo específico 4:**

### **5.1 Requisitos de exportación para productores agropecuarios al mercado de China**

#### **Certificados que exige el país destino**

De acuerdo a lo establecido en el “*Manual de Régimen de origen tratado de libre comercio Perú China, 2017*” en el que se menciona los certificados que se requieren para tener en consideración al momento de exportar al mercado de China se encuentran los siguientes:

- **Certificación de origen:** A través de esta certificación el producto y/o exportador declara información referida al origen, cantidad, valor y clasificación arancelaria de los materiales que se usaron durante el proceso de producción, así como también la descripción detallada del proceso productivo de la mercancía a exportar. Posterior a ello deberá ser presentado a la autoridad competente para que este evalúe si el origen de la mercancía cumple o no con los requisitos establecidos en el TLC Perú - China

#### **Figura 11**

*Modelo de certificación de origen*

**Original**

1. Exporter's name and address: <b>1</b>			Certificate No.:				
2. Producer's name and address, if known: <b>2</b>			<b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b> Form for China-Peru FTA Issued in: (see Overleaf Instructions)				
3. Consignee's name and address: <b>3</b>							
4. Means of transport and route (as far as known): Departure Date: Vessel/Flight/Train/Vehicle No.: <b>4</b> Port of loading: Port of discharge:			For Official Use Only:				
			5. Remarks: <b>5</b>				
6. Item number (Max 30) <b>6</b>	7. Number and kind of packages, description of goods <b>7</b>	8. HS code (Six digit code) <b>8</b>	9. Origin criterion <b>9</b>	10. Gross weight, quantity (Quantity Unit) or other measures (litres, m <sup>3</sup> , etc.) <b>10</b>	11. Number and date of invoice <b>11</b>	12. Invoiced value <b>12</b>	
13. Declaration by the exporter: The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in  (Country) and that they comply with the origin requirements specified in the FTA for the goods exported to  (Importing country) <b>13</b>  Place and date, signature of authorized signatory			14. Certification: On the basis of control carried out, it is hereby certified that the information herein is correct and that the goods described comply with the origin requirements specified in the China - Peru FTA. <b>14</b>  Place and date, signature and stamp of authorized body				

- **Certificación obligatoria China(CCC):** que es emitida por la entidad pertinente dependiendo de la naturaleza del producto, siendo el GAQSIQ el departamento que se encarga de la supervisión de calidad, inspección y seguridad alimentaria de todas las mercancías se ingresan por la frontera China, así como también se encuentra el CNCA y la Standardization Administration of China (SAC).

### Normas de etiquetado

- De acuerdo a los requisitos de las leyes estatales, reglamentos y noma de seguridad alimentaria el etiquetado de los productos que ingresan al mercado chino deben cumplir con los siguientes requisitos:
  - Ser fácilmente legible e identificable por los consumidores

- Estar sustentado por la evidencia científica, siendo así que todas las indicaciones supersticiosas que van en contra del conocimiento científico se encuentran prohibidas
- No se deberán presentar productos de manera falsa, exagerada ni trata de confundir al consumidor con palabras o imágenes falsas
- No deberá presentarse con palabras o símbolos que se refieran o sugieran a cualquier otro producto o naturaleza de los mismos con los que pueda ser confundido.
- No deberá estar asociada, o implícitamente explicada con contenidos de prevención o curación de enfermedades
- Se debe emplear caracteres en chino simplificado (excepto en la marca) y los caracteres artísticos de que forman parte del efecto decorativo deben estar correctamente escritos y ser fácilmente legibles. Se puede emplear una lengua extranjera, sin embargo, debe contener la misma información en caracteres chinos. Además de que la información que se obtenga en una lengua extranjera no debe exceder a los caracteres chinos (excepto la marca)

Además de ello se detallan requisitos mínimos con los que debe contar un etiquetado, los cuales son:

- Nombre estándar de los comestibles
- Lista de ingredientes
- Etiquetado cuantitativo de ingredientes (porcentaje de ingredientes)
- Peso neto y configuración

- Nombre, dirección e información de contacto del productor y del agente o distribuidor local
- Fecha de producción, usando el formato AA/MM/DD
- Código del productor estándar
- Contenidos especiales (por ejemplo: producción alimentaria de regadío, modificado genéticamente)

### **Embalaje**

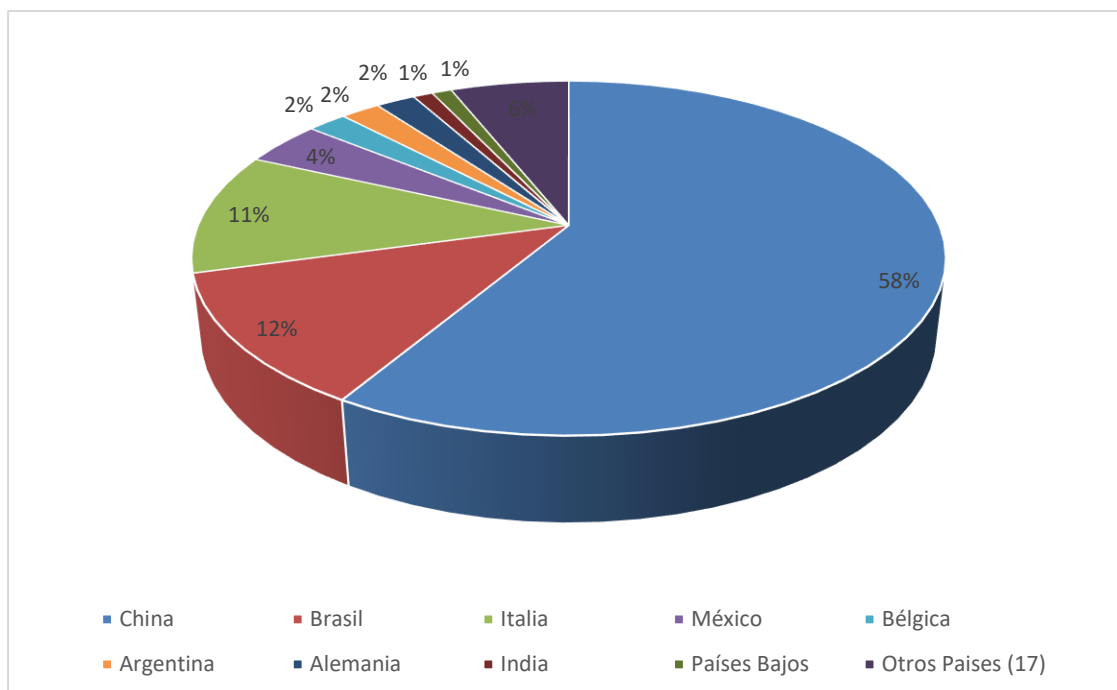
Dentro de los tipos de embalaje que se pueden realizar para el transporte se refieren a cajones, bastidores, pallets, barriles u otro soporte de plataforma de madera y se excluye la madera sintética.

### **Documentos para la exportación**

- Factura comercial
- Albarán
- Certificado de seguro
- Manifiesto de cargo
- Contrato de la compra venta
- Packing list (lista de empaque)
- Bill of lading
- Certificado de origen

### **ANEXO 7**

Principales mercados importadores de tara peruana en el año 2020



• Fuente: Siicex

## ANEXO 8

*Precio FOB referencial kilogramo de tara (US\$/KG) año 2019*

2019												
	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
KG	1.33	1.33	1.37	1.44	1.44	1.45	1.53	1.57	1.56	1.57	1.54	1.49

Fuente: Siicex

## ANEXO 9

*Precio FOB referencial kilogramo de tara (US\$/KG) año 2020*

2020												
	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
KG/US\$	1.30	1.25	1.20	1.03	1.02	1.06	1.21	1.20	1.33	1.28	1.35	1.28

Fuente: Siicex

## ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS O TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

El ..... Asesor .....  
 docente de la Facultad de ..... de la carrera de .....; ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión y verificación en programa de anti plagio de la Tesis ( ) o Trabajo de Suficiencia Profesional ( ) de:

.....  
 ..  
 (Nombre completo del bachiller)

.....  
 ..  
 (Nombre completo del bachiller)

Por cuanto, **CONSIDERA** que la Tesis ( ) o el Trabajo de Suficiencia Profesional ( ) titulado:.....

....., para aspirar al Título Profesional de: ..... por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas; por lo cual, **AUTORIZA**, al o los interesados para su presentación.

Con respecto al uso de la información de la empresa; el Asesor declara, según los criterios definidos por la universidad, lo siguiente:

- ( ) Este trabajo Requiere la autorización de uso de información la empresa.
- ( ) Este trabajo No requiere autorización de uso de información.

..... de ..... del .....  
 (Lugar) (día) (mes) (año)

\_\_\_\_\_  
 Ing./Lic./Mg./Dr .....  
 (Nombre completo del Asesor)  
 Asesor



### ACTA DE SUSTENTACIÓN

El Jurado Evaluador de Titulación Profesional de la Tesis ( ) Trabajo de Suficiencia Profesional ( ),  
titulada: .....

.....  
.....

Que ha sustentado el (la) Bachiller:

.....

Acuerda por: .....

(Unanimidad/Mayoría); (Aprobar/desaprobar)

Otorgando la calificación de.....

Este acuerdo se hizo de conocimiento del interesado (a) y del público presente.

<b>Presidente(a) del Jurado</b>	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Firma</b>

<b>Miembro del Jurado</b>	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Firma</b>

<b>Miembro del Jurado</b>	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Firma</b>

....., ..... de.....del 20.....

**Aprobado**

Calificativo:

( ) Excelente

( ) Sobresaliente

( ) Bueno

( ) Aprobado

**Desaprobado**

### Observaciones en el caso de desaprobación