



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“INFLUENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LOS PRODUCTORES DE HONGO DESHIDRATADO DEL CENTRO POBLADO DE PORCÓN-CAJAMARCA, PARA LA EXPORTACIÓN AL MERCADO DE CANADÁ, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

BACH. QUISPE AGUILAR, LUIS ALEXANDER

Asesor:

Mg. Paulo Eduardo Soriano Torres

Cajamarca - Perú

2020

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi madre Lupe Silvia Aguilar Torres, a mi padre Luis Aguilar Torres y a mi familia por todo el apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de toda mi carrera profesional, por forjar en mi ese espíritu de perseverancia en cada paso y escalón de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Quiero dar gracias a Dios por sus bendiciones derramadas en mi vida y en mi carrera profesional por permitirme cumplir una de mis metas propuestas. También quiero agradecer a mi director de Carrera Mg. Oscar Jhonathan Vilela Seminario, a mi asesor Mg. Paulo Eduardo Soriano Torres y a mis docentes quienes me apoyaron incondicionalmente en toda mi carrera profesional y confiaron en mis habilidades y conocimientos. Finalmente, quiero dar las gracias a la Universidad Privada del Norte porque en ella abre sus puertas a miles de jóvenes y otorga oportunidades preparándonos hacia un futuro mejor y competitivo.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática.....	10
1.2. Antecedentes	14
1.3. Bases teóricas	20
1.4. Formulación del Problema	27
1.5. Justificación.....	27
1.6. Objetivos	28
1.7. Hipótesis General	29
1.8. Hipótesis Específicas.....	29
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	30
2.1. Tipo de la investigación	30
2.2. Población y muestra (Materiales, Instrumentos y métodos)	30
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
2.4. Procedimiento.....	32
2.5. Aspectos Éticos	32
CAPÍTULO III. RESULTADOS	34
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	72
4.1. Discusión.....	72
4.2. Conclusiones	75
4.3. Recomendaciones.....	76
4.4. Limitaciones.....	76
4.5. Implicancias	77
REFERENCIAS	79
ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Rango de edades de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.....	34
Tabla N° 2. Sexo de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.	35
Tabla N° 3. Grado de instrucción de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.	35
Tabla N° 4. ¿Usted es productor independiente?	36
Tabla N° 5. ¿Cuánto tiempo viene produciendo el hongo deshidratado?	37
Tabla N° 6 ¿Cuál es el área de producción de hongo deshidratado con la que cuenta?.....	38
Tabla N° 7. ¿Cuál es la cantidad de producción de hongos deshidratados al mes en kg? ..	39
Tabla N° 8. ¿Qué tipo de transporte utiliza para movilizar su producción?.....	39
Tabla N° 9. ¿Dónde comercializa el hongo deshidratado?.....	40
Tabla N° 10. ¿A qué precio comercializa el hongo deshidratado?.....	41
Tabla N° 11. ¿Usted vende a comerciantes nacionales que luego exportan?.....	42
Tabla N° 12. ¿Cuenta con algún certificado fitosanitario?.....	43
Tabla N° 13. ¿Para la venta del hongo deshidratado cuenta con algún otro certificado? ...	43
Tabla N° 14. ¿Alguna vez ha exportado el hongo deshidratado?.....	44
Tabla N° 15. ¿Conoce cuáles son los procesos de la exportación?	45
Tabla N° 16. ¿Conoce cuáles son los requisitos para exportar?	45
Tabla N° 17. ¿Se encuentra dentro de una asociación?.....	46
Tabla N° 18. ¿Prefiere trabajar de manera individual o asociativa? ¿por qué?.....	47
Tabla N° 19. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a una asociación?	48
Tabla N° 20. ¿Está de acuerdo que estar dentro de una asociación permitirá que se aumente credibilidad en la calidad de la producción?	48
Tabla N° 21. ¿Considera usted que el monitoreo es fundamental para lograr obtener una mayor producción de hongo deshidratado?.....	49
Tabla N° 22. ¿Está de acuerdo que la confianza es fundamental para seguir adelante en una asociación?	50
Tabla N° 23. Proyección de la producción en un periodo de 12 meses.	58
Tabla N° 24. Proyección de producción del hongo deshidratado en un horizonte de 5 años	58
Tabla N° 25. Cálculo de costo unitario de producción del hongo deshidratado	59
Tabla N° 26. Costos fijos para la producción del hongo deshidratado	60
Tabla N° 27. Determinación del precio de venta del hongo deshidratado	61
Tabla N° 28. Estimación del capital de trabajo para un año	62
Tabla N° 29. Proyección de ventas en un horizonte de 5 años en Kg para el hongo deshidratado	63
Tabla N° 30. Cálculo de Depreciación del activo Fijo	63
Tabla N° 31. Estructura del financiamiento en un horizonte de 5 años	64

Tabla N° 32. Datos de financiamiento	64
Tabla N° 33. WACC.....	64
Tabla N° 34. Estructura de costos en un periodo de 5 años	65
Tabla N° 35. Estado de resultados de Ganancias y Pérdidas proyectado hacia 5 años	66
Tabla N° 36. Flujo de Caja Económico en un periodo de 5 años.....	67
Tabla N° 37. Flujo de caja Financiero en un horizonte de 5 años.....	68
Tabla N° 38. Indicadores de rentabilidad	68
Tabla N° 39. Influencia	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Rango de edades de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.....	34
Figura N° 2. Sexo de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.	35
Figura N° 3. Grado de instrucción de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.....	36
Figura N° 4. ¿Usted es productor independiente?	36
Figura N° 5. ¿Cuánto tiempo viene produciendo el hongo deshidratado?	37
Figura N°6. ¿Cuál es el área de producción de hongo deshidratado con la que cuenta?	38
Figura N° 7. ¿Cuál es la cantidad de producción de hongos deshidratados al mes en kg? .	39
Figura N° 8. ¿Qué tipo de transporte utiliza para movilizar su producción?	40
Figura N° 9. ¿Dónde comercializa el hongo deshidratado?	41
Figura N° 10. ¿A qué precio comercializa el hongo deshidratado?	41
Figura N° 11. ¿Usted vende a comerciantes nacionales que luego exportan?	42
Figura N° 12. ¿Cuenta con algún certificado fitosanitario?	43
Figura N° 13. ¿Para la venta del hongo deshidratado cuenta con algún otro certificado? ..	44
Figura N° 14. ¿Alguna vez ha exportado el hongo deshidratado?	44
Figura N° 15. ¿Conoce cuáles son los procesos de la exportación?.....	45
Figura N° 16. ¿Conoce cuáles son los requisitos para exportar?	46
Figura N° 17. ¿Se encuentra dentro de una asociación?	46
Figura N° 18. ¿Prefiere trabajar de manera individual o asociativa? ¿por qué?	47
Figura N° 19. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a una asociación?.....	48
Figura N° 20. ¿Está de acuerdo que estar dentro de una asociación permitirá que se aumente credibilidad en la calidad de la producción?	49
Figura N° 21. ¿Considera usted que el monitoreo es fundamental para lograr obtener una mayor producción de hongo deshidratado?.....	50
Figura N° 22. ¿Está de acuerdo que la confianza es fundamental para seguir adelante en una asociación?	51

RESUMEN

En la presente investigación se buscó determinar la influencia de la asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021. Este estudio tiene como objetivo general determinar cómo influye la Asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021. Para esta investigación se desarrolló un tipo de investigación descriptiva siguiendo un diseño no experimental, se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta que posteriormente se aplicó a los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca. Como resultados de la investigación se obtuvo que los productores del hongo deshidratado actualmente no se encuentran dentro de una asociación, son productores independientes, desconocen los requisitos y procesos de exportación simplificada y comercial, nunca han exportado el hongo deshidratado, solo venden a mercados locales, algunos se encuentran reacios a unirse a una asociación por un tema de coordinación con los demás productores, además cuentan con una producción mensual entre 0 a 50 kg. Por otro lado, los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón la mayoría de ellos son del sexo femenino entre las edades de 26 a 35 años, cuentan con solo secundaria completa. Además, no cuentan con certificaciones sanitarias y fitosanitarias. Finalmente, los productores del hongo deshidratado si estarían dispuestos a pertenecer a una asociación y exportar el hongo deshidratado de manera simplificada para luego seguir con las exportaciones comerciales ya que se tiene un plan financiero proyectado en un horizonte de 5 años donde los resultados salen positivos.

Palabras clave: Producción, asociatividad y exportación

ABSTRACT

In the present investigation it was searched to determine the influence of the associativity in the producers of dehydrated mushroom of the center of Porcon - Cajamarca, for the export to the market of Canada in the year 2021. The general objective of this study is to determinate how Asociatividad influences the producers of dehydrated mushrooms in the center of Porcon - Cajamarca, for export to the Canadian market in 2021. For this investigation, a type of descriptive research was developed following a not experimental design, the survey was used as a technique to collect data that was later applied to the producers of the dehydrated mushroom in the population center of Porcon - Cajamarca. As results of the investigation it was obtained that the producers of the dehydrated mushroom at the moment are not within an association, they are independent producers, they do not know the requirements and processes of simplified and commercial export, they have never exported the dehydrated mushroom, they only sell to local markets, some are resistant to join an association by a coordination subject with the other producers, in addition they count on a monthly production between 0 to 50 kg. On the other hand, the producers of the dehydrated mushroom of the center of Porcon's population most of them are of the feminine sex between the ages of 26 to 35 years, they have only secondary complete. In addition, they do not have sanitary and phytosanitary certifications. Finally, the producers of the dehydrated mushroom would be willing to belong to an association and export the dehydrated mushroom in a simplified manner and then continue with commercial exports since they have a financial plan projected over a 5-year horizon where the results are positive.

Keywords: Production, association and export.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En un mercado globalizado con alto poder adquisitivo de los países más desarrollados se ha producido una fuerte dinámica de consumismo, generando mayor innovación de productos y servicios así mismo con mercados cada día más exigentes y demandantes en cuanto se refiere a calidad, seguridad y salubridad. Últimamente, se ha evidenciado que, el mundo ha mostrado bastante atracción por los productos naturales como es el caso del Hongo deshidratado (SETA) siendo un alimento que favorece a la salud y cuidado personal sin causar ningún tipo de daño en el cuerpo y sistema inmunológico gracias a sus propiedades curativas. Conllevando a una mayor producción, internacionalización y competitividad entre empresas productoras orgánicas las cuales desean abastecer dicha demanda e internacionalizarse, pero el problema que se suscita es el no poder cubrir ciertas necesidades por falta de insuficiencia de producción en volúmenes, falta de conocimientos y experiencia en el comercio internacional (Exportaciones o Importaciones), dificultades en logística de exportación y en el cumplimiento de los parámetros de calidad, seguridad y salubridad que los mercados demandantes exigen actualmente.

A nivel internacional, en Europa, las organizaciones de productores se han impulsado desde 2001 para el sector hortofrutícola y desde 2011 para el sector lácteo. Tras la reforma de la PAC de 2013 la medida se generalizó impulsándose en todos los sectores agroalimentarios. Rumanía optó por una perspectiva europea en el campo de producción agroalimentaria, refiriéndose al tema legal. Desde 2005, se han elaborado documentos legislativos en apoyo de la cooperación de los productores. Los últimos años se han caracterizado por un aumento en el número de formas asociativas en el ámbito agrícola, principalmente debido a las ventajas en cuanto al crédito agrícola para las asociaciones de productores y a las medidas de regulación nacional sobre el porcentaje de productos rumanos en el sector

agroalimentario. Las asociaciones de productores agrícolas pueden crear nuevas oportunidades de desarrollo económico, destacando algunas ventajas locales o regionales y realizando esfuerzos colectivos para aumentar la prosperidad de los miembros, de sus familias y de las comunidades a las que pertenecen (Schin, Florina y Silvius, 2017).

En América Latina la falta de confianza, incentivación y orientación entre empresas, micro empresas y productores conllevan a la carencia de concretar, consolidar y formar una asociación en consecuencia, llegando a no abastecer una demanda Internacional ya sea de productos o servicios de forma Individual. Por otro lado, el temor que tienen los productores, empresas y micro empresas es a la exportación, cumplimientos de normativas internacionales, regímenes internacionales, parámetros internacionales, costos internacionales, productividad y falta de información de mercados internacionales con alta demanda de productos o servicios exportables fomentando un confort de abastecimiento interno sin tener miras a la exportación e innovación.

En Ecuador, se potencia el sistema alimentario basado en la sostenibilidad, combinando la industrialización con un proceso productivo que apoya técnicas de producción sostenible. Últimamente, el desarrollo mundial ha favorecido a la producción buscando incrementarse de forma independiente de los recursos naturales y la sostenibilidad de los mismos. Unido a un sistema de cultivo donde los agroquímicos y pesticidas son un elemento esencial del proceso de cultivo. Los modelos asociativos agroindustriales ayudan a minimizar esta tendencia tan dañina para la sostenibilidad productiva y ambiental. Dichos modelos asociativos permiten que se logren mayores ventajas en la producción y desarrollo de técnicas que favorecen la exportación de productos alimenticios (Sánchez, Blanco y Esquivel, 2016).

En Perú, en el departamento de Junín específicamente, se describe que, la agricultura es su principal sustento de varias familias, aportando un 20% al PBI, generándose el 33% del

empleo para la población económicamente activa, considerándose que dicha actividad, se desarrolla en pequeñas unidades de producción familiar, dispersas y con una atomización de la tierra, con niveles débiles de organización y asociatividad, que representan aproximadamente el 97% del total de las unidades productivas de la región. El reducido número de cadenas productivas que se mantienen operativas luego de su auspiciosa creación, en el Valle del Mantaro y la sierra del Perú, es consecuencia de la dificultad que tienen las distintas organizaciones de productores para emprender negocios de manera asociada e integrada. Además, entre varias de las razones que figuran de la no asociatividad de los productores independientes, es que tienen mala visión empresarial, escaso acceso a servicios de capacitación y asistencia técnica, y debilidad organizacional en cadenas productivas y asociaciones; también hay desconfianza de algunos productores en las asociaciones, por lo que muestran un comportamiento individualista (Rodríguez & Vicente, 2020).

En el departamento de Cajamarca situado al norte de la ciudad de Lima, este departamento cuenta con un clima variado haciendo de que se cultive varios productos orgánicos como es el caso del hongo deshidratado (SETA) que tiene una alta demanda en el mercado extranjero por su poder nutritivo, pero la falta de producción en volúmenes para cubrir esta demanda extranjera genera de que los productores solo produzcan el producto y lo comercialicen en el mercado local. Por otro lado, la falta de confiabilidad entre los productores y conocimientos en alianzas empresariales ocasionan un temor al momento de unirse y formar una asociación sólida para luego exportar en volúmenes considerables el hongo deshidratado. Finalmente, la insuficiencia en exportaciones, búsqueda de nuevos mercados extranjeros, motivación, incentivación de una cultura exportadora y la innovación empresarial, conllevan a que los productores, empresas y micro empresas solo se enfoquen en vender en el mercado local y tener pensamientos individualistas dejando de lado a las exportaciones y el abastecimiento del mercado extranjero.

En el Centro poblado de Porcón se viene produciendo el hongo deshidratado (Seta), el gran problema que se suscita en dicho centro poblado es la falta de socialización, características, alianzas entre productores independientes, falta de producción en volúmenes, falta de conocimientos en procesos y requisitos de exportación, carencia de certificados de calidad y falta de conocimientos en la elaboración de planes económicos y financieros para la comercialización del hongo deshidratado. Finalmente, esto conlleva a que el hongo solo se comercialice de manera local y se desabastezca un mercado internacional demandante por el hongo deshidratado

1.2. ANTECEDENTES

Rodriguez & Ramirez (2016), en su estudio titulado Análisis de la sostenibilidad de procesos de fortalecimiento de la Asociatividad Rural; El Caso de Asomora, la cual tuvo como objetivo identificar los factores relacionados con el logro de la sostenibilidad de los procesos de fortalecimiento de la asociatividad rural, considerándose un estudio descriptivo aplicando una metodología cualitativa realizándose un caso de la Asociación de Productores de Mora (Asomora) de Trujillo en el departamento del Valle del Cauca. Llegando a la conclusión que se deben abordar de manera integral aspectos: económicos, técnicos, ambientales, políticos y sociales, que permitan garantizar la construcción de capital social, por medio de relaciones de confianza entre los asociados y su compromiso para el logro de los planes construidos de manera participativa, mediante la acción colectiva.

La sostenibilidad en un proceso asociativo, es de mucha importancia para poder lograr el objetivo propuesto, ello resulta interesante ya que, en muchas asociaciones que se forman con el transcurso del tiempo se van deteriorando hasta llegar a desintegrarse. En consecuencia, a ello se forman conflictos entre productores, es por eso que, la presente investigación contribuye con el desarrollo del trabajo, ya que, el autor menciona como integrar, garantizar la construcción de capital social y la confianza entre asociados.

Alemán y Zambrano (2017), en su estudio llamado ¿Cómo influye la Asociatividad empresarial en el crecimiento de las Microempresas?, tiene como objetivo determinar cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas tiene como metodología un enfoque mixto que se realizó a los pequeños empresarios de las provincias de Guayas y Manabí en Ecuador. Llegando a la conclusión, de que las microempresas son piezas fundamentales para la economía sobre todo para países en vías de desarrollo como Ecuador, otorgando grandes cantidades de empleo eh influenciando la economía de la

sociedad. Las Pymes entonces se consideran como los modelos de negocios que representan la mayor parte del comercio, que buscan obtener mejores oportunidades de desarrollo y crecimiento en el sector que se encuentren.

Dicho autor hace referencia de cómo se debe de fortalecer en las medianas empresas, el concepto de asociatividad, a través de metodologías que resulten óptimas dentro del rubro empresarial, determinándose que, las Pymes, son fundamentales en el desarrollo local, mejoran la calidad de vida al brindar empleo y retribuciones a la sociedad. Este estudio es importante, puesto que, se enfoca en la variable de asociatividad.

Suárez y Suárez (2017), en su trabajo de investigación titulada *El conocimiento, determinante en procesos de asociatividad: una experiencia en conformación de redes empresariales*, tiene como objetivo hacer seguimiento a las variables: conocimiento del individuo y disposición a la asociatividad, llevándose a cabo en el marco de un ejercicio de intervención para conformar red empresarial. Para esto, se fundamentó en un estudio de tipo descriptivo, bajo un enfoque cualitativo, en cuya fase inicial se recaudan interpretaciones de los participantes, se valoran los comportamientos y los contenidos de las interacciones. Llegándose a concluir, que existe relación entre las dos variables objeto de estudio, siendo el conocimiento más influyente que la otra variable, dentro del tema asociativo. Además, se manifiesta que, resulta necesario y a la vez difícil el tema de la planificación a largo plazo. Determinándose que, tanto los objetivos como la forma de lograrlo, no es sencilla, sin embargo, se debe considerar el capital que se posee y los escenarios que corresponden. Manifestándose también que, el conocimiento al ser cada vez mayor, mejora la disposición del colaborador a trabajar en equipo por cumplir los objetivos.

El saber conocer a los productores sobre sus objetivos, metas y proyecciones a largo es de mucha importancia para formar una asociación de tal manera se pueda complementar con la mejora de redes empresariales ya que todos los productores no piensan igual y no tienen

los mismos objetivos por otro lado el fortalecimiento de las redes empresariales es una influencia esencial en los negocios y si se trabaja de manera conjunta teniendo claro un solo objetivo genera una sinergia entre los asociados. Es por ello que es de gran ayuda la investigación analizada para poder desarrollar la variable de asociatividad.

Castro y Ulloa (2019), en su estudio titulado *La Asociatividad como estrategia aplicada por los productores de artesanías de la selva de la región Loreto para obtener ventajas competitivas al exportar sus productos a Estados Unidos de Norteamérica entre los años 2010- 2015*, planteó como objetivo demostrar que la estrategia de la asociatividad permitirá lograr grandes ventajas para que se exporte al mercado estadounidense. Como parte de la metodología se basó en un estudio cualitativo, de tipo descriptivo y diseño no experimental, realizándose una entrevista a un empresario del sector. Como resultados se obtuvo que, la mayoría de los microempresarios peruanos se ven abatidos por la falta de recursos económicos para poder exportar sus productos a distintos mercados del mundo y especialmente a Estados Unidos de Norteamérica, esto sucede, en zonas rurales, pues carecen del acceso de información para realizar exportaciones. Concluyéndose que, con esta técnica permitirá que se logre un mayor volumen de producción, reducción de costos, mayor calidad y mejores diseños, lo cual captará una mayor atención de los posibles clientes del mercado exterior.

Conforme a ello, se manifiesta que, existen muchas falencias que se deben de cubrir en los microempresarios, lo cual permitirá que, se fortalezcan vínculos entre ellos, de tal forma que se pueda lograr una mayor producción y exportación a otros mercados. Asimismo, con la asociatividad se logrará que se visualicen otros mercados a los cuales abarcar con su producción.

Delgado (2018), en su estudio denominado *Propuesta de modelo asociativo para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales de aceituna de*

la región Tacna, 2016; se tuvo como objetivo desarrollar un modelo de asociatividad para internacionalizar a las pequeñas y medianas empresas del sector agrario de aceitunas. Para esto se fundamentó en un estudio de tipo correlacional y propositivo, bajo un diseño no experimental. Como resultados se obtuvo que, de acuerdo a la matriz EFE y EFI, un total de 3.23 y 3.69 puntos, lo cual afirma que es un mercado favorable. Concluyéndose que, al realizarse el modelo asociativo, se permite desarrollar un diagnóstico, se establecerán los objetivos, se formulará el clúster, desarrollo de factores de éxito y de los principales desafíos, ello hará que, se logre la internacionalización de las mismas.

Respecto al estudio anterior, se manifiesta que, el realizar un modelo asociativo, permite que, los productores a sea que se encuentren en pequeñas o medianas empresas, puedan descubrir sus falencias, puedan evidenciar errores en la cadena productiva, obteniéndose entonces un pequeño diagnóstico inicial. Es por ello que, resulta necesario que se fortalezca la cooperación y se desarrolle un plan de actividades para que puedan tener presente lo que se va a realizar.

Algalobo y Pusse (2017), en su estudio titulado *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos*, presentó como objetivo determinar si el asociarse permitirá exportar el limón sutil del distrito de Olmos. Para ello se basó en un estudio de tipo descriptivo como propositivo, bajo un enfoque cualitativo, utilizándose como instrumento a la guía de observación, asimismo el análisis de datos históricos. Como resultados se obtuvo que, los productores del limón en la ciudad de Olmos, presentan características que no son propias de un equipo, tales como la desconfianza entre ellos mismos, además de la tendencia a ser individualistas, el tema de la irresponsabilidad y la falta de cooperación para que puedan asociarse. Sin embargo, después de todo ello, buscan asociarse, el 95% de ellos. Con tal fin, se debe de realizar charlas que tengan por finalidad concientizarlos, aumentándose la confianza, el trabajo conjunto y el compromiso por los

mismos resultados. Concluyéndose que, al aplicarse el modelo asociativo, este debe ser descrito en 6 fases, las cuales manifestarán que si es viable su desarrollo.

De acuerdo a lo anterior se menciona que, el desarrollar la asociatividad en los productores, permitirá lograr mejores resultados en el tema de rentabilidad de los productos, sin embargo, es necesario primero que se concientice a cada uno de ellos con la finalidad de que se fortalezca el trabajo en equipo, con todo ello se logrará exportar la producción con estándares de calidad y certificados acorde a las exigencias del mercado objetivo.

Montero y Escorza (2019), en su trabajo de tesis *Características de la asociatividad en los productores de oca (Oxalis Tuberosa) en el distrito de José Sabogal – Provincia de San Marcos – Departamento de Cajamarca para la exportación de papilla para bebés al mercado de berlin – Alemania en el año 2018*, tuvo como objetivo determinar las características de la asociatividad en los productores de Oca de José Sabogal provincia de San Marcos – Departamento de Cajamarca que posibilitan en el desarrollo de la papilla de oca y su exportación de la papilla de oca para bebés. Para esto, se basó en un estudio descriptivo bajo un diseño no experimental, dirigiéndose una encuesta a los productores del producto en cuestión. Llegándose a concluir que, las mayores características que existen dentro de una asociación, son el compromiso por lograr el objetivo de aumentar las ventas, ganar confianza entre los miembros del equipo y el trabajo en conjunto, siendo los requerimientos más importantes.

Mediante la asociatividad se puede lograr obtener beneficios mutuos cuando se decide conformar para un fin en común ya que gracias a la unión de productores hace de que el producto crezca en volúmenes con calidad e innovación en consiguiente a estos aspectos se puede exportar el producto, generar mayores ingresos económicos, empleabilidad y mejorar la calidad de vida esto dependerá del compromiso y confianza de los productores. La

investigación analizada de las autoras se considera de apoyo para el desarrollo de la investigación y de las variables, de asociatividad y exportación.

Acosta y Leiva (2018), en su estudio *Características de la asociatividad de los productores de cochinilla de la provincia de San Marcos para la exportación de polos de algodón teñido con cochinilla al mercado de la Paz Bolivia 2018*, se tuvo como objetivo el identificar cuáles son las características de la asociatividad de dichos productores mencionados anteriormente, con el fin de lograr la exportación. Como parte de la metodología, se empleó un estudio descriptivo, aplicándose una encuesta a 16 productores de la zona, además se realizó una entrevista a dos empresas dedicadas a la producción y exportación de los polos. Como resultados se obtuvo que, los productores no se han logrado asociar, puesto que no han recibido promociones acerca de ello. Concluyéndose de tal manera que, las necesidades que existen permiten hacer el negocio sostenible y viable.

En esta investigación, se menciona que, el identificar las características propias de los productores, resulta necesario para comprender las necesidades que ellos buscan satisfacer, con el fin de lograr mejor coordinación, cooperación y confianza, entre ellos, solo así se permitirá mayores cantidades de exportación.

Guevara y Vera (2016), en su trabajo de investigación *Asociatividad de los productores de arándano de la Cuenca Mashcón – Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE.UU-Seattle, año 2017*, tuvo como objetivo determinar los beneficios de la asociatividad en los productores de arándano en el cuenca Maschón del distrito de Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE.UU-Seattle en el año 2017. Posteriormente las investigadoras realizaron el tipo de investigación descriptiva no experimental mediante entrevistas a expertos y cuestionarios. Se logró obtener que, los beneficios que se pueden obtener al exportar el producto en cuestión, es el aumento de la producción, reducción de costos, mejores procesos de siembra, cosecha y calidad de

las mismas, además que se alcanzará mejores fuentes de financiamiento para la empresa.

Entonces, se describe que, las capacitaciones que se desarrollen a cargo de MINAGRI, estén acorde con lo que se busca, manteniéndose la rentabilidad de 30 a 40% en el rendimiento de cada hectárea.

La formación de una asociatividad entre productores siempre genera ventajas cuando se requiere exportar ya que aumentan el volumen de producción para satisfacer una demanda del mercado extranjero por otro lado la estandarización en cuanto al producto y calidad se ven mejoradas ya que todos tienen un objetivo en común conllevando a la competitividad en el mercado exterior, es por ello que, la investigación ayuda con el desarrollo del tema de investigación y con las variables de asociatividad y exportación.

1.3.BASES TEORICAS

La asociatividad es una estrategia encaminada a promover la consecución de una ventaja competitiva por parte de una empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos con otras empresas, para llevar a cabo una serie de actividades dentro de la cadena de valor del producto o servicio, conduciendo a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados. Las asociaciones son espacios importantes que pueden fomentar el desarrollo y la competitividad de las empresas locales en un territorio gracias a procesos colaborativos, ahorro de costes y transferencia de conocimiento. Sin embargo, no cualquier asociación se traduce automáticamente en generadora de desarrollo o beneficios para la mayoría de los habitantes de un territorio (Montero & Calderón, 2019). Las alianzas productivas involucran a diferentes actores en los procesos productivos. Estos actores unen sus fuerzas de manera voluntaria para intercambiar recursos, generando compromisos para lograr un objetivo común, cuya principal virtud es agregar valor. Las alianzas productivas se definen como: acuerdos o vínculos - formales o informales - de cooperación entre dos o

más agentes productivos para coordinar recursos, esfuerzos y habilidades que tienen un objetivo estratégico común para el beneficio mutuo.

La asociatividad no solo beneficia a las pequeñas y medianas empresas, sino también a todo un país. Esto se debe a que al asociar diferentes empresas para enfrentar el mercado y cumplir con sus objetivos comunes, también terminan beneficiando a la región donde se ubican, lo que genera un desarrollo sustentable. Otro de los grandes beneficios que aporta la asociatividad es que, a medida que las empresas crezcan gracias a ello, se generarán nuevos puestos de trabajo que darán a las personas una mayor calidad de vida, a través de la formación, el acceso a la salud, los servicios públicos y, en general, una vida digna. Además de esto, el Estado ofrece ayuda y muchos beneficios a las asociaciones (Rodríguez & Vicente, 2020).

Asimismo, Fanzo y Rubio (2016), lo definen como una estrategia colectiva de carácter voluntario por parte de cada uno de los participantes, para poder alcanzar aquella ventaja competitiva en el mercado, incrementando las oportunidades de crecimiento individual y colectivo.

Barrera (2004) hace mención de seis tipos de asociatividad:

Redes de cooperación: Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existen una relación de subordinación.

Articulación comercial: Relación sostenida entre las empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser medida o animada por un agente intermediario o gestor de negocios.

Alianzas en cadenas productivas: En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o líneas de un producto.

Alianza en Clúster: De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular; esto comprende no solo a empresas sino también a instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.

Joint Venture: Se constituye una asociatividad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente, pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias.

Conorcios: El Art.445 de la Ley General de Sociedades establece que el contrato de consorcio es aquel por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa, con el propósito de obtener un beneficio económico.

El proceso de asociatividad resulta bastante complejo, pero a la vez presenta una serie de posibilidades de cumplimiento, ya que su objetivo primordial es poder trabajar y unir fuerzas para un éxito en conjunto (Cortez y Peralta, 2017), es por ello que las características que permitirán su sustentabilidad son:

Se requiere un cierto grado de organización, ya que estos permitirá, distribuir y coordinar tareas y funciones para el logro de los objetivos comunes.

Compromiso mutuo y supone una decisión voluntaria al momento de asociarse.

Está orientado al logro de los objetivos comunes fijados por los asociados.

Tiene un cierto grado de permanencia.

Los riesgos serán compartidos sin abandonar la independencia de cada uno de los participantes.

Todas estas características permitirán que los participantes puedan llevar a cabo un buen desarrollo del proceso asociativo, obteniendo beneficios que les sería difícil alcanzar si actúan individualmente.

Para Cortez y Peralta (2017), la asociatividad va a permitir resolver problemas que limitan el éxito empresarial, y logrando una serie de ventajas tales como: Reducción de costos, Incorporación de tecnología, Mejora del posicionamiento en los mercados, Acceso a mercados de mayor envergadura, Capacitación de recursos humanos, Incremento de productividad, Acceso a recursos materiales y humanos especializados, Desarrollo de economías de escala, Disponibilidad de información, Captación de recursos financieros, Optimización de estándares de calidad, Desarrollo de nuevos productos, Ventajas competitivas y Mejora de las posibilidades de negociación con clientes y proveedores.

Según Fanzo & Rubio (2016), se afirma que las dimensiones para medir la asociatividad son:

Confianza. Se refiere a la capacidad que tienen los miembros de una asociación para poder trabajar conjuntamente, sin necesidad de estarse limitando, por cuestiones de desconfianza, ya sea por falta de información o transparencia en los hechos.

Cooperación. Se refiere a la capacidad que se tienen los miembros de una asociación para poder realizar su trabajo en equipo de manera coordinada, porque solo así obtendrán mejores resultados en su producción.

Liderazgo. Se refiere a la guía y dirección que requieren los miembros de una asociación, de una persona con capacidad de líder, que sepa orientarlos para alcanzar los objetivos propuestos.

La nueva teoría del comercio (NTT) fue defendida por Paul Krugman en el año 1979. Señalaron que son necesarios modelos de ventaja comparativa o dotación de factores. Sin embargo, las teorías no explicaron adecuadamente los patrones del comercio transfronterizo.

Krugman enfatizó que los rendimientos crecientes a escala y los efectos de red que tienen lugar en empresas clave aparentemente eran los impulsores de los patrones comerciales. Krugman llama a estas empresas como las primeras en moverse en el mercado y obtienen las ventajas de las primeras en moverse, principalmente basadas en la ventaja de costos. Krugman sostiene que, si hay enormes economías de escala y un rendimiento cada vez mayor de la especialización en una industria, la demanda mundial de bienes y servicios puede respaldar solo a una o menos empresas (Verter, 2015).

En consecuencia, a largo plazo, para que las empresas puedan ingresar a un mercado y seguir siendo competitivas en un país determinado, es posible que necesiten subsidios y otro apoyo del gobierno. El modelo de Krugman, entre otros, asume dos países idénticos (nacional (H) y extranjero (F)) en términos de tecnología y preferencias. Hay un factor de producción no comercializado (trabajo) y una dotación igual entre las naciones, $LH = LF$. Hay un número significativo de competidores en el mercado, con muchas variedades de productos (es decir, diferenciación de productos). Cada empresa produce su variedad de bienes y actúa como monopolista. Podría decirse que las naciones que tuvieron una participación temprana en tales negocios tienen la ventaja de ser las primeras en moverse. A largo plazo, el precio puede caer a medida que ingresan más empresas al mercado; las preferencias de los consumidores son homotéticas e idénticas en todos los países (Verter, 2015).

Krugman afirmó que, la intraindustria se da cuando hay un intercambio de variedades de los mismos bienes diferenciados. Krugman sostiene que las ganancias del comercio surgen debido a un mayor número de variedades de bienes disponibles para los consumidores. Una mayor producción de cada tipo da como resultado un ingreso real más alto ya que los precios se reducen debido al aumento del tamaño del mercado y la competencia. Krugman sostiene que la ventaja comparativa no depende únicamente de las diferencias en la dotación de

factores; más bien depende de las economías de escala y los efectos de red que se producen en las industrias críticas (Verter, 2015).

Las exportaciones según la ciencia económica es cualquier bien o servicio que es enviado de un país a otra parte del mundo. Se trata de una comercialización que va más allá de las fronteras arancelarias (Bustamante, 2017).

Villalobos (2006), define a la exportación como una ventana que se realiza más allá de las fronteras arancelarias en las que está situada la empresa y exportar se refiere a vender, así solo se tiene que tener en cuenta todos los factores que se utilizan para vender en cierto mercado. Una de las causas de la exportación radica en la división del trabajo en la historia clásica, pero lo más importante es la evolución aceleradora de tecnología. Por otro lado, el principal objetivo de la actividad exportadora es lograr beneficios para la empresa que realiza ventas de exportación. Aumentar las utilidades es la motivación fundamental de toda exportación y asegurar el continuo crecimiento de la empresa que vende en otros países.

Pérez (2015), hace mención que, en el ámbito del comercio internacional, tanto la exportación como la importación pueden estar gravadas por tributos. Los impuestos que gravan en el comercio exterior persiguen tanto una finalidad recaudatoria como de protección de la industria y mercado internos. En el ámbito del comercio internacional a la llegada de las mercancías a la aduana de importación, el titular de la operación deberá liquidar los siguientes impuestos:

IVA: Tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y que grava las entregas de bienes y las prestaciones de servicios efectuadas por empresas y profesionales.

Arancel: Es el tributo por excelencia del comercio exterior y varía en función del origen de las mercancías.

Impuestos Especiales: Son impuestos que gravan el consumo de productos específicos, como el tabaco, las bebidas alcohólicas y los hidrocarburos.

Maya (2017), señala a las exportaciones agrícolas no tradicionales (EANT) dentro del tercer régimen alimentario, donde se vuelve prioritario el comercio internacional de frutas y verduras. Por otro lado, las exportaciones agrícolas no tradicionales incluyen bienes enfocados hacia nichos de mercados, donde la calidad, presentación, empaque y propiedades organolépticas son más relevantes que el precio. Se ha propuesto a países subdesarrollados el enfocarse hacia las exportaciones no tradicionales pues para ella existen nichos de mercados en los países desarrollados que están dispuestos a pagar altos precios por este tipo de productos siempre y cuando satisfagan las exigencias de los consumidores, las normas sanitarias y fitosanitarias impuestas por los respectivos gobiernos.

Martínez (2013) menciona que las exportaciones se pueden clasificar en directas o indirectas:

Exportaciones directas. Son consideradas como las ventas que se realizan empleándose a los recursos que son propios hasta llegar al cliente final, en este se evidencian mayores retornos, porque hay contacto directo con el cliente y se puede fijar el precio libremente de la decisión. Aunque, a veces se manifieste la existencia de problemas en el servicio pos venta y se tenga complicaciones al momento de contactarlos.

Exportaciones indirectas. En este ítem, se manifiesta la existencia de un representante para que este último se contacte con los clientes, sin embargo, el margen de rentabilidad se puede ver reducido. En este caso, se manifiesta que, existen variaciones al momento de entrar con el intermediario elegido y la forma en como este se llegue a convertir en el que distribuye, comercialice o represente. En los últimos tipos, se refiere a que no ellos no tengan el contacto final con el cliente.

De acuerdo a Hill (2007), se describen a las siguientes dimensiones de la exportación:

Factor en el País. Se considera que, para realizar exportaciones, es necesario considerar todos los factores del país al cual desean llegar, analizándose los riesgos que existan como son los del tipo de cambio, necesidades y trámites necesarios.

Volumen de ventas. Se refiere a la cantidad exportada, la cual debe ser mayor, pero para que se logre, deberá de aplicarse estrategias para alcanzar los resultados esperados.

Cotizaciones. Esto formará parte del análisis de los costos de los exportadores, puesto que al realizarse deberá considerarse todos los costos implicados en ello.

1.4. Formulación del Problema

¿Cómo influye la asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del Centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021?

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Teórica

De manera teórica, se busca analizar y discutir las principales teorías de ambas variables, aportándose al conocimiento existente sobre la influencia de la asociatividad en los productores. La presente investigación contribuye con la influencia de la asociatividad entre productores del hongo deshidratado y el aporte teórico en exportaciones para el sector agrícola del centro poblado de Porcón – Cajamarca, mejorando la calidad del hongo deshidratado y la cantidad de producción en volúmenes.

1.5.2. Justificación Metodológica

Dicha investigación permitirá que el diseño de estudio y los instrumentos, sirvan a futuras investigaciones sobre el mismo tema. Además, este antecedente permitirá ser discutido más adelante para siguientes estudios del medio.

1.5.3. Justificación Práctica

A través de este estudio se busca determinar cómo al asociarse los productores de hongo deshidratado, se podría exportar este producto a destinos internacionales, mejorándose la situación actual de ellos, su calidad de vida y aumentando su rentabilidad, porque se trata de exportación directa, generándose más empleos y alcanzando mayores niveles de competitividad.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Determinar cómo influye la Asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Describir las principales características de los productores del Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca.
- Determinar el nivel de producción del Hongo deshidratado de los productores del centro Poblado de Porcón – Cajamarca.
- Conocer los requisitos para la exportación del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá.
- Determinar la viabilidad económica y financiera de la asociatividad para exportar hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá.

1.7. Hipótesis General

Existe influencia en el desarrollo Económico de la Asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021.

1.8. Hipótesis Específicas

- Los productores del Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, son independientes y no pertenecen a ninguna asociación.
- Producción alta de Hongo deshidratado de los productores del centro Poblado de Porcón – Cajamarca.
- Existen varios requisitos para la exportación del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá.
- Resulta viable económica y financieramente la asociatividad para exportar hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de la investigación

2.1.1. Enfoque de la investigación: Cuantitativo

2.1.2. Diseño de la investigación: No experimental

2.1.3. Tipo de la investigación: Descriptivo

En la presente investigación se desarrolló el tipo de investigación descriptiva, porque, ayudó en el trabajo a especificar las propiedades, las características o perfiles importantes de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca.

Se siguió un diseño no experimental, puesto que las variables fueron tomadas en su contexto natural, a los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca.

2.2. Población y muestra (Materiales, Instrumentos y métodos)

La presente investigación fue dirigida a la población de productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca.

Población

La población estudiada fueron todos los productores de hongos deshidratados en la Ciudad de Cajamarca, que en este caso fueron 30 en total.

Marco Muestral

Son los productores de hongos deshidratados ubicadas en el centro poblado de Porcón – Cajamarca.

Técnica de muestreo

La técnica de muestreo para la investigación fue no probabilística, puesto que, no se ha realizado ninguna fórmula para determinar la muestra de estudio.

Muestra

Para hallar la muestra se consideró a todos los productores de hongos deshidratados ubicados en el centro poblado de Porcón – Cajamarca, puesto que, al ser una población reducida, se considera una muestra censal de 30 productores del hongo deshidratado.

Criterios de inclusión y exclusión

Inclusión

Productores de hongos deshidratados ubicados en el centro poblado de Porcón – Cajamarca con una antigüedad de 3 meses en el sector.

Exclusión

- Productores de hongos deshidratados que no se encuentran ubicados en el centro poblado de Porcón – Cajamarca.
- Productores de hongos deshidratados que pertenezcan alguna asociatividad o cooperativa.
- Intermediarios de la producción y exportación de hongos deshidratados que no se encuentran ubicados en el centro poblado de Porcón – Cajamarca.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para la presente investigación fue la encuesta. Puesto que, se buscó obtener datos cuantitativos para poder responder a la pregunta formulada, haciendo uso de estadística descriptiva.

El instrumento fue el cuestionario, el cual se validó mediante pertinencia y coherencia ya que, depende de los objetivos y variables haciendo que las preguntas a realizar sean coherentes al tema el cual se está investigando. Dicha validación será realizada por dos expertos en el tema, los cuales evaluarán la objetividad del instrumento.

Después de ser validado el instrumento, se procedió a obtener su confiabilidad, de ambos cuestionarios, de tal forma se corroborará la existencia de menor error en los resultados obtenidos.

Para el análisis de datos de la investigación primeramente se ingresarán los datos obtenidos por la encuesta al Excel y posteriormente a ello se realizará, el análisis de la información pertinente mediante tablas y figuras.

2.4. Procedimiento

Para el desarrollo de la investigación, se seguirá el siguiente proceso:

- Se realizó una visita a los productores del Centro Poblado de Porcón – Cajamarca.
- Cada uno de los productores del Centro Poblado de Porcón – Cajamarca, participó de manera voluntaria en la investigación.
- Se procedió a aplicar el instrumento y resolver cualquier duda durante su intervención.
- Aplicación de las encuestas a los productores del Centro Poblado de Porcón – Cajamarca.
- Analizar y tabular las respuestas de las encuestas realizadas mediante el programa Excel.
- Redactar las conclusiones y recomendaciones de la analizado.

2.5. Aspectos Éticos

Finalmente, en el trabajo de investigación se considera los siguientes aspectos éticos:

- No existencia de plagio: la información obtenida mediante libros y documentos serán citados bajo el manual de redacción APA.
- No mentir en la información recopilada: La información obtenida y recopilada será puesta en análisis sin alteración de datos ni mentiras.

- Respetar la privacidad de las personas a declarar: Toda información recaudada y utilizada en la presente investigación será bajo el consentimiento de las personas quien brinde la información sin que sea sometido a obligaciones.
- Respetar las opiniones de las personas: Al momento de realizar el trabajo de campo se respetará las opiniones de las fuentes quien brinde información para el desarrollo del presente trabajo.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

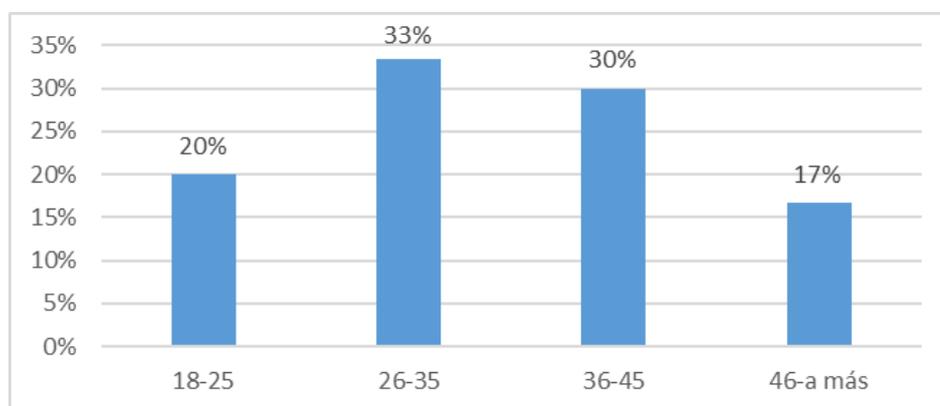
Para el análisis de los resultados de la encuesta aplicada a los productores de hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca se emplearon tablas y figuras con el fin de tener un mejor análisis.

Tabla N° 1. Rango de edades de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.

Rango:	Total	%
18-25	6	20%
26-35	10	33%
36-45	9	30%
46-a más	5	17%
Total	30	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura N° 1. Rango de edades de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

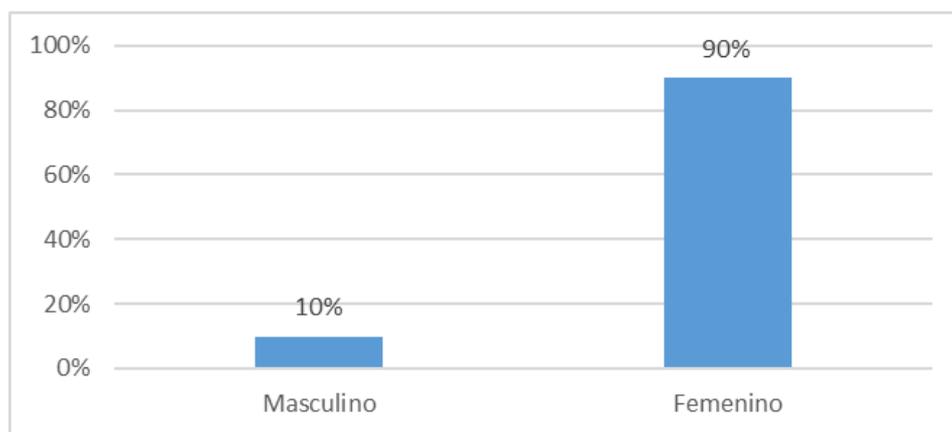
De acuerdo a la tabla N° 1 y figura N° 1 el rango de las edades de los productores de hongo deshidratado del centro poblado de Porcón se encuentra con el 33% las edades de 26 a 35 años, seguidamente el 30 % de los productores se encuentran entre las edades de 36 a 45 años, el 20% se encuentra entre los 18 a 25 años y con el 17% de los productores se encuentran entre las edades de 46 años a más.

Tabla N° 2. Sexo de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.

Sexo	Total	%
Masculino	3	10%
Femenino	27	90%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 2. Sexo de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

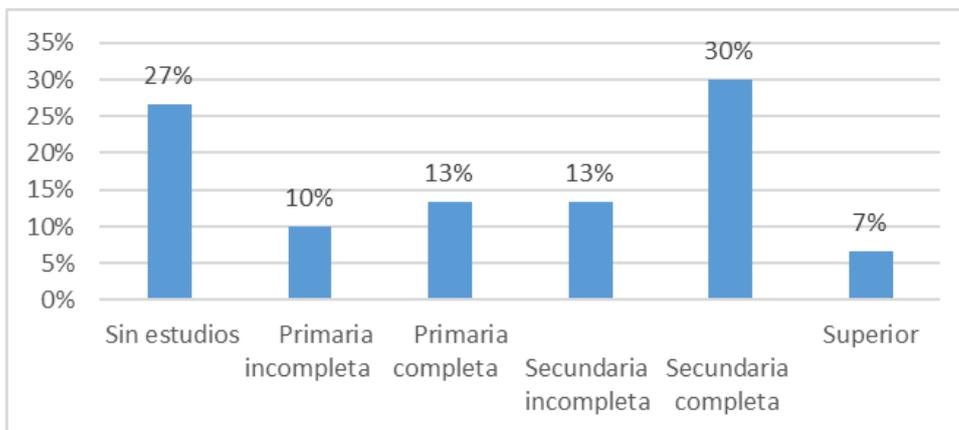
De acuerdo a la tabla N° 2 y figura N°2 el 90% de los productores del hongo deshidratado de Porcón son del sexo femenino y el 10% de los productores del hongo deshidratado son del sexo masculino.

Tabla N° 3. Grado de instrucción de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.

Grado de Instrucción	Total	%
Sin estudios	8	27%
Primaria incompleta	3	10%
Primaria completa	4	13%
Secundaria incompleta	4	13%
Secundaria completa	9	30%
Superior	2	7%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 3. Grado de instrucción de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

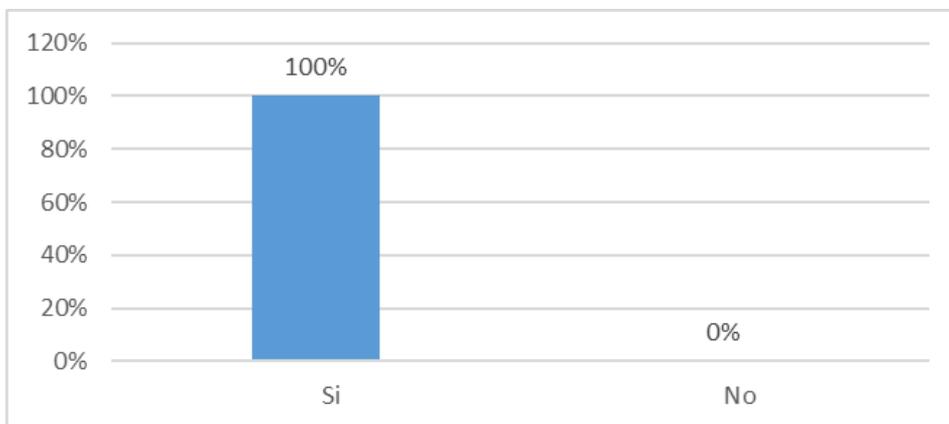
De acuerdo a la tabla N° 3 y figura N° 3 el 30% de los productores del hongo deshidratado cuentan con secundaria completa, el 27% no cuentan con estudios, 13% cuentan con primaria completa, el otro 13% cuentan con secundaria incompleta, el 10% cuenta con primaria incompleta y el 7% cuentan con estudios superiores.

Tabla N° 4. ¿Usted es productor independiente?

	Total	%
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 4. ¿Usted es productor independiente?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

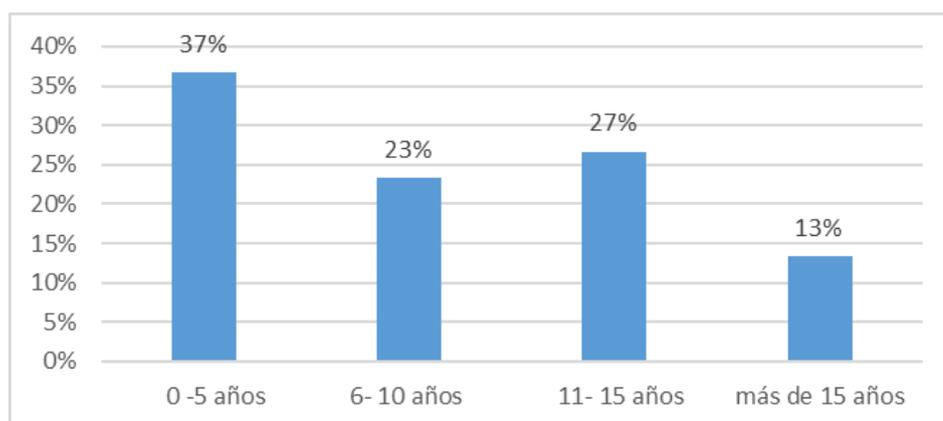
De acuerdo a la tabla N° 4 y figura N°4 el 100% de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón son independientes.

Tabla N° 5. ¿Cuánto tiempo viene produciendo el hongo deshidratado?

	Total	%
0 -5 años	11	37%
6- 10 años	7	23%
11- 15 años	8	27%
más de 15 años	4	13%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Figura N° 5.¿Cuánto tiempo viene produciendo el hongo deshidratado?



Fuente: elaboración propia.

Interpretación:

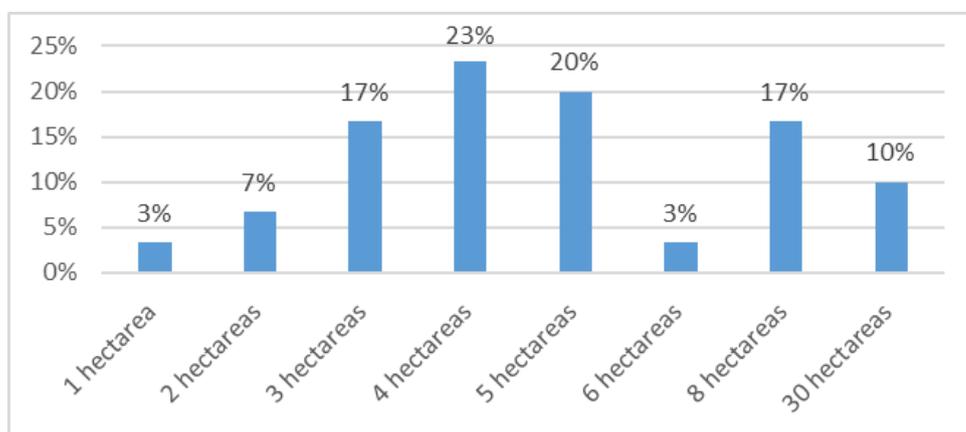
De acuerdo a la tabla N° 5 y figura N°5 indican que el 37% de los productores del hongo deshidratado ya llevan de 0 a 5 años de producción, el 27% llevan entre 11 a 15 años, el 23% llevan produciendo de 6 a 10 años y el 13% llevan produciendo más de 15 años el hongo deshidratado.

Tabla N° 6 ¿Cuál es el área de producción de hongo deshidratado con la que cuenta?

Área de producción	Total	%
1 hectárea	1	3%
2 hectáreas	2	7%
3 hectáreas	5	17%
4 hectáreas	7	23%
5 hectáreas	6	20%
6 hectáreas	1	3%
8 hectáreas	5	17%
30 hectáreas	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N°6. ¿Cuál es el área de producción de hongo deshidratado con la que cuenta?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

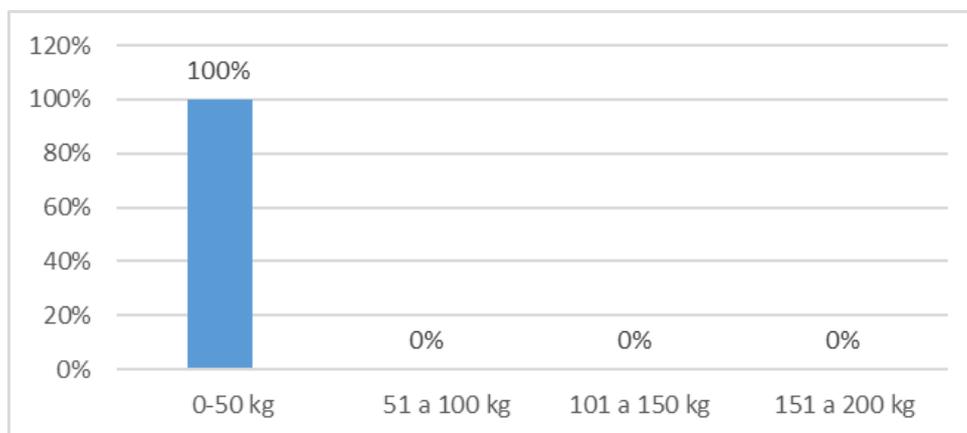
De acuerdo a la tabla N° 6 y figura N°6 indican que el 23% de los productores del hongo deshidratado cuentan con 4 hectáreas para la producción del hongo deshidratado, el 20% cuenta con 5 hectáreas, el 17% cuenta con 8 hectáreas, el otro 17% cuenta con 3 hectareas, el 10% cuenta con 30 hectáreas, el 7% cuenta con 2 hectáreas, finalmente el 3% cuenta con 6 hectáreas y el otro 3% cuenta con solo 1 hectárea para la producción del hongo deshidratado.

Tabla N° 7. ¿Cuál es la cantidad de producción de hongos deshidratados al mes en kg?

Cantidad	Total	%
0-50 kg	30	100%
51 a 100 kg	0	0%
101 a 150 kg	0	0%
151 a 200 kg	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 7. ¿Cuál es la cantidad de producción de hongos deshidratados al mes en kg?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

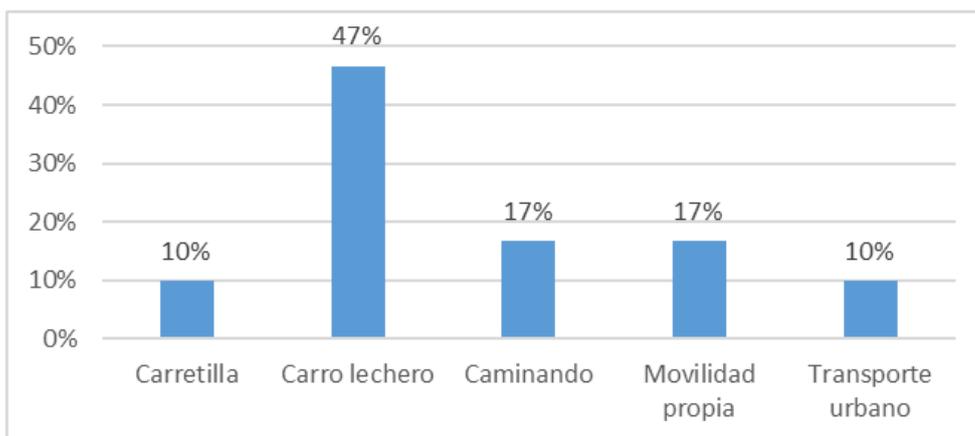
De acuerdo a la tabla N°7 y figura N°7 los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón indican que la producción del hongo deshidratado mensual del 100% es de 0 a 50 kg.

Tabla N° 8. ¿Qué tipo de transporte utiliza para movilizar su producción?

Transporte	Total	%
Carretilla	3	10%
Carro lechero	14	47%
Caminando	5	17%
Movilidad propia	5	17%
Transporte urbano	3	10%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 8. ¿Qué tipo de transporte utiliza para movilizar su producción?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

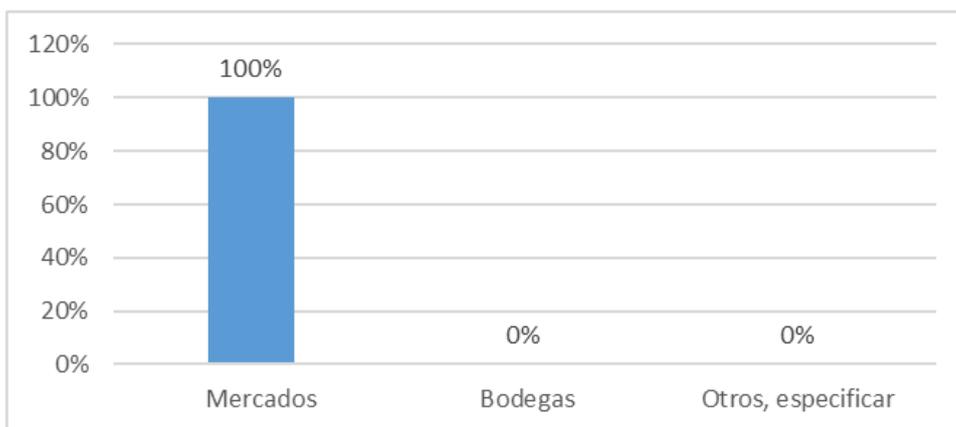
De acuerdo a la tabla N° 8 y figura N°8 señalan que el 47% los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón utilizan el carro lechero para transportar su producción, el 17% utilizan movilidad propia, el otro 17 % no utilizan ningún tipo de transporte ya que ellos cargan con su producción y caminan, el 10% utiliza el transporte urbano y el otro 10% utilizan carretilla para la movilización de la producción.

Tabla N° 9. ¿Dónde comercializa el hongo deshidratado?

Lugares	Total	%
Mercados	30	100%
Bodegas	0	0%
Otros, especificar	0	0%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 9. ¿Dónde comercializa el hongo deshidratado?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

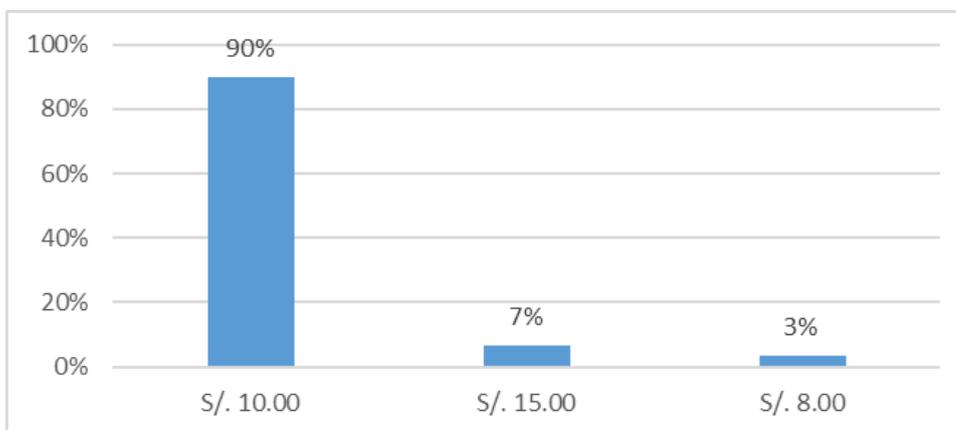
De acuerdo a la tabla N° 9 y figura N° 9 el 100% de los productores del hongo deshidratado de Porcón indican que comercializan su producto solo en mercados.

Tabla N° 10. ¿A qué precio comercializa el hongo deshidratado?

Precio	Total	%
S/. 10.00	27	90%
S/. 15.00	2	7%
S/. 8.00	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 10. ¿A qué precio comercializa el hongo deshidratado?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

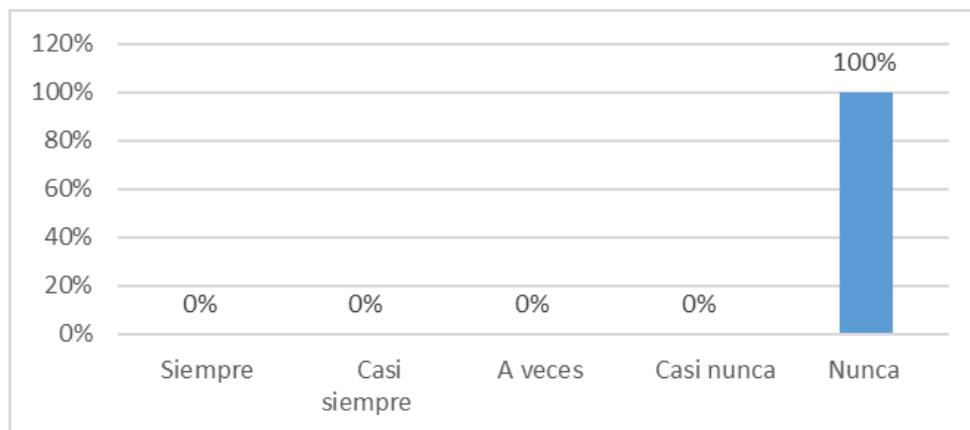
De acuerdo a la tabla N° 10 y figura N°10 indican que el 90% de los productores del hongo deshidratado comercializan su producto a un precio de S/.10.00 nuevos soles, el 7% comercializa el hongo deshidratado a un precio de S/.15.00 nuevos soles y el 3% comercializa el hongo deshidratado a un precio de S/.8.00 nuevos soles.

Tabla N° 11. ¿Usted vende a comerciantes nacionales que luego exportan?

	Total	%
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 11. ¿Usted vende a comerciantes nacionales que luego exportan?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

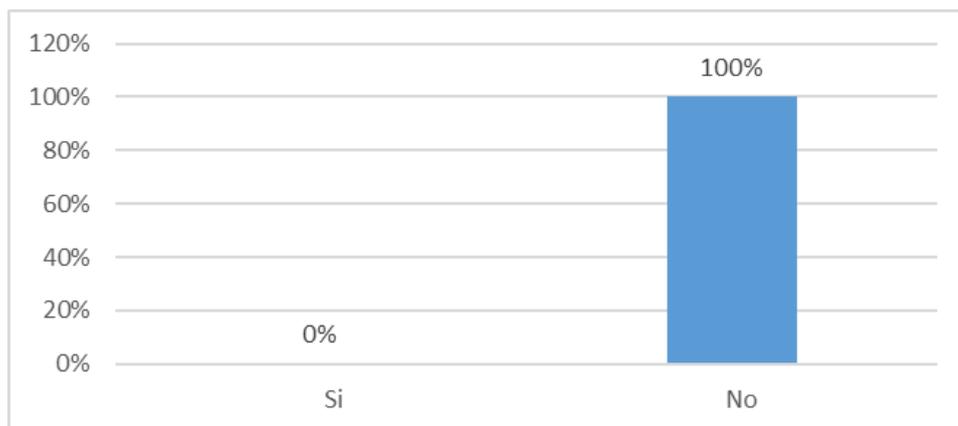
De acuerdo a la tabla N°11 y figura N° 11 el 100% de los productores señalan que nunca venden el hongo deshidratado a personas nacionales luego que exportan ya que solo venden su producto en mercados locales.

Tabla N° 12. ¿Cuenta con algún certificado fitosanitario?

	Total	%
Si	0	0%
No	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 12. ¿Cuenta con algún certificado fitosanitario?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

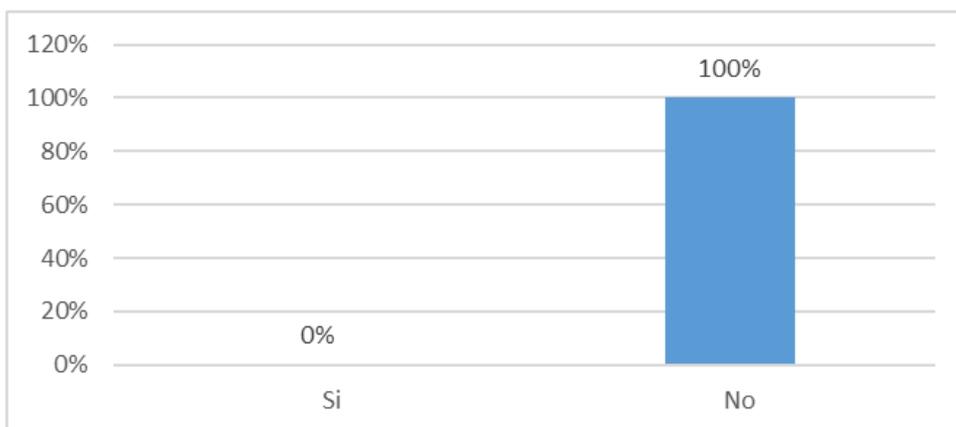
De acuerdo a la tabla N°12 y figura N° 12 el 100% de los productores del hongo deshidratado manifiestan que no cuentan con algún certificado fitosanitario.

Tabla N° 13. ¿Para la venta del hongo deshidratado cuenta con algún otro certificado?

	Total	%
Si	0	0%
No	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 13. ¿Para la venta del hongo deshidratado cuenta con algún otro certificado?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

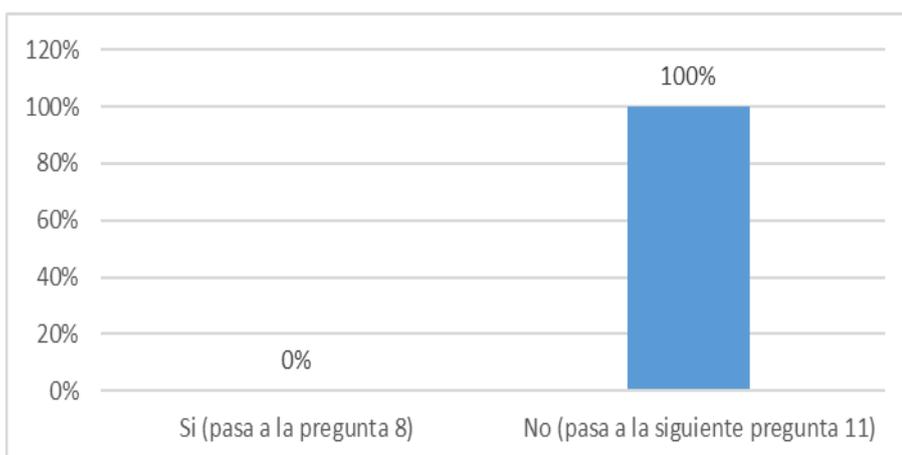
De acuerdo a la tabla N° 13 y figura N° 13, el 100% de los productores indican que no cuentan con otros certificados para la venta del hongo deshidratado.

Tabla N° 14. ¿Alguna vez ha exportado el hongo deshidratado?

	Total	%
Si (pasa a la pregunta 8)	0	0%
No (pasa a la siguiente pregunta 11)	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 14. ¿Alguna vez ha exportado el hongo deshidratado?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

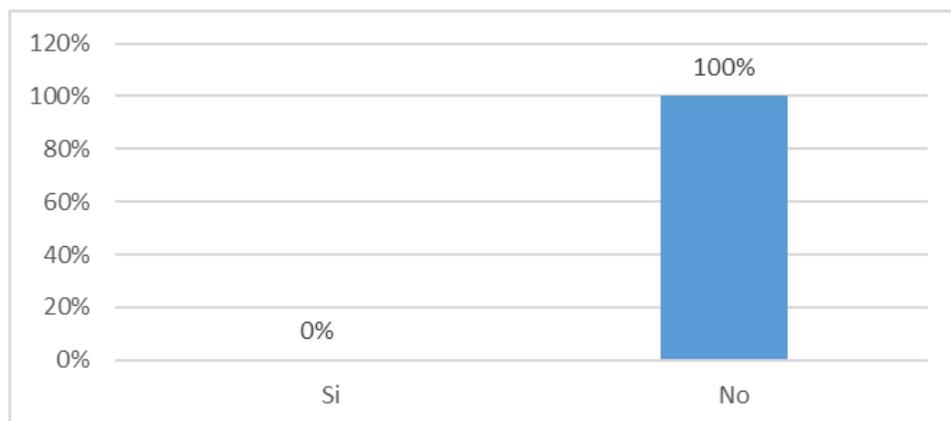
De acuerdo a la tabla N° 14 y figura N° 14 señalan que el 100% de los productores nunca han llegado a exportar el hongo deshidratado porque solo vende a mercados locales para consumo local.

Tabla N° 15. ¿Conoce cuáles son los procesos de la exportación?

	Total	%
Si	0	0%
No	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 15. ¿Conoce cuáles son los procesos de la exportación?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

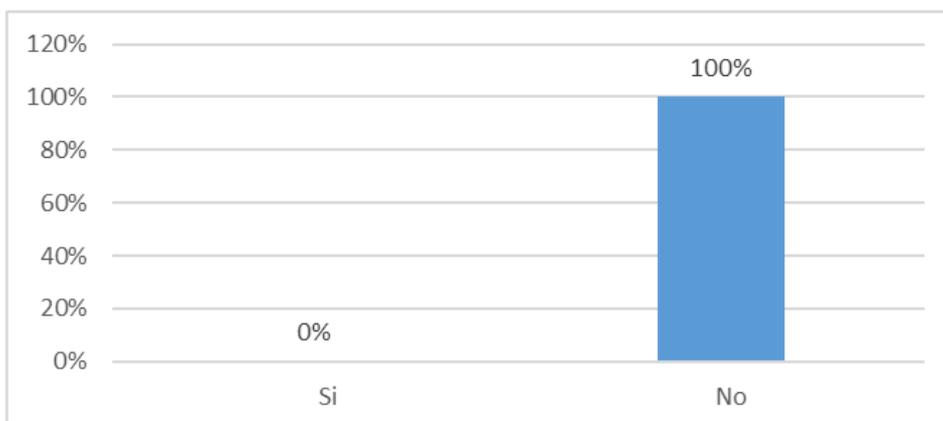
De acuerdo a la tabla N° 15 y figura N° 15 se indica que el 100% de los productores del hongo deshidratado desconocen sobre los procesos de exportación del hongo deshidratado.

Tabla N° 16. ¿Conoce cuáles son los requisitos para exportar?

	Total	%
Si	0	0%
No	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 16. ¿Conoce cuáles son los requisitos para exportar?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

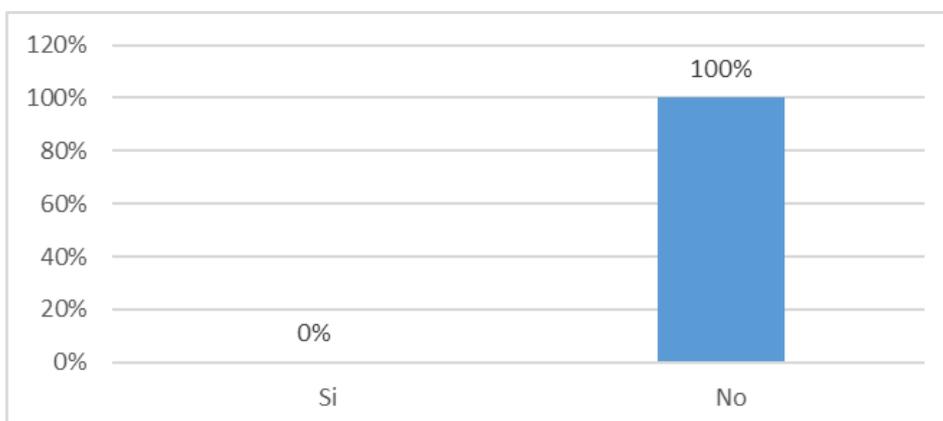
De acuerdo a la tabla N° 16 y figura N° 16 indican que el 100% de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón desconocen los requisitos para la exportación de su producto.

Tabla N° 17. ¿Se encuentra dentro de una asociación?

	Total	%
Si	0	0%
No	30	100%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 17. ¿Se encuentra dentro de una asociación?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

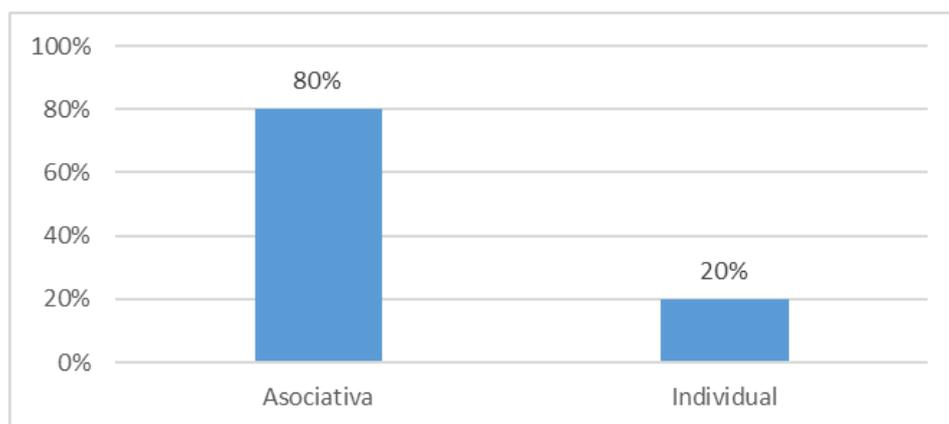
De acuerdo a la tabla N° 17 y figura N° 17 señalan que el 100% de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón no se encuentran dentro de una asociación.

Tabla 18. ¿Prefiere trabajar de manera individual o asociativa? ¿por qué?

	Total	%
Asociativa	24	80%
Individual	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 18. ¿Prefiere trabajar de manera individual o asociativa? ¿por qué?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

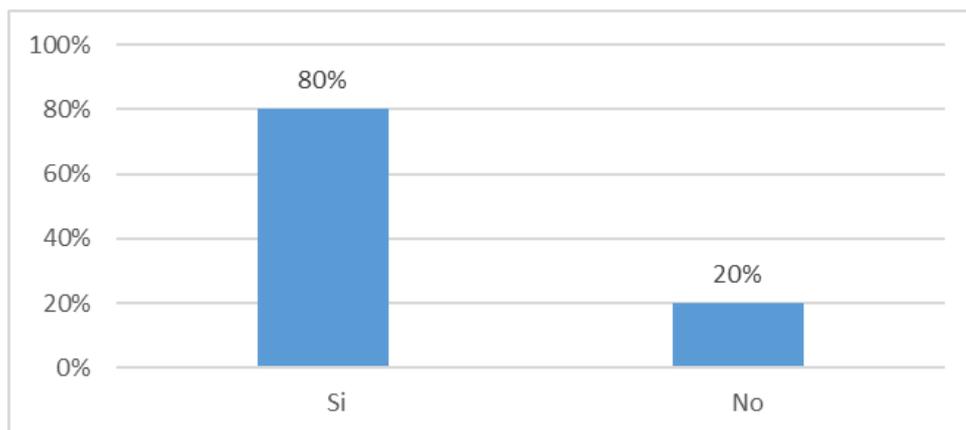
De acuerdo a la tabla N°18 y figura N° 18 indican que el 80% de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón prefieren trabajar de manera asociativa porque hay mayores beneficios, mayor cooperación, mayor recolección de producción, más fuerza de trabajo, coordinación, unión y producción. Mientras que el 20%, le gusta trabajar individualmente, puesto que, quiere evitar problemas, desea mayores ganancias y no compartirlas.

Tabla N° 19. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a una asociación?

	Total	%
Si	24	80%
No	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 19. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a una asociación?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación propia:

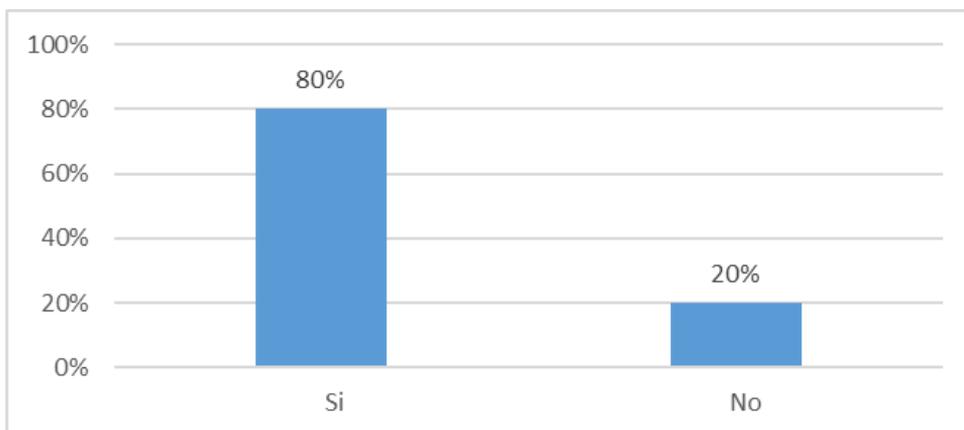
De acuerdo a la tabla N°19 y figura N° 19 manifiestan que el 80% de los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón si estarían dispuestos a pertenecer a una asociación y el 20% de los productores del hongo deshidratado no estaría dispuesto a pertenecer a una asociación.

Tabla N° 20. ¿Está de acuerdo que estar dentro de una asociación permitirá que se aumente credibilidad en la calidad de la producción?

	Total	%
Si	24	80%
No	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 20. ¿Está de acuerdo que estar dentro de una asociación permitirá que se aumente credibilidad en la calidad de la producción?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

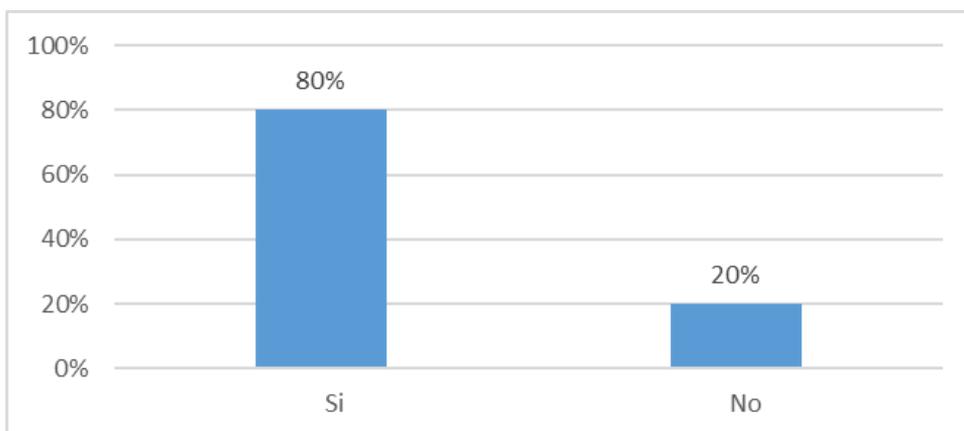
De acuerdo a la tabla N° 20 y figura N° 20 señalan que el 80% de los productores del hongo deshidratado están de acuerdo que estar dentro de una asociación permitirá que se aumente credibilidad en la calidad de la producción y el 20% de los productores no están de acuerdo que estar dentro de una asociación permitirá que se aumente credibilidad en la calidad de la producción.

Tabla N° 21. ¿Considera usted que el monitoreo es fundamental para lograr obtener una mayor producción de hongo deshidratado?

	Total	%
Si	24	80%
No	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 21. ¿Considera usted que el monitoreo es fundamental para lograr obtener una mayor producción de hongo deshidratado?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

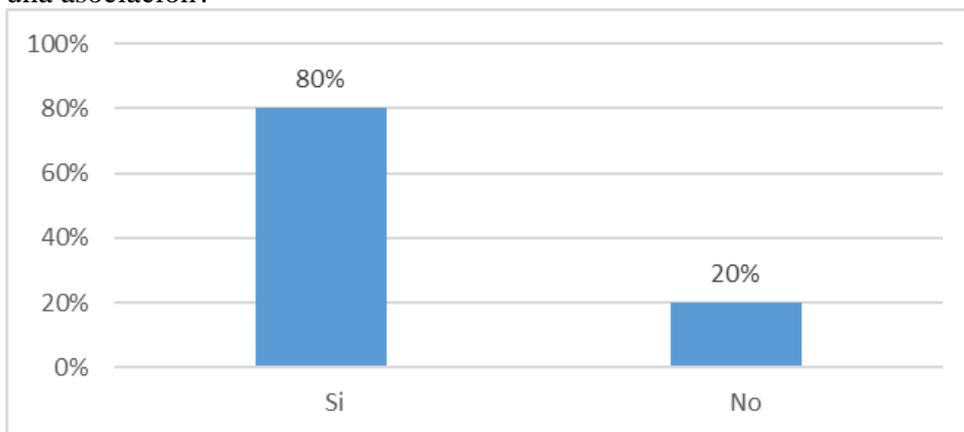
De acuerdo a la tabla N° 21 y figura N° 21 manifiestan que el 80% de los productores del hongo deshidratado consideran que el monitoreo es fundamental para lograr obtener una mayor producción de hongo deshidratado y el 20% señala que no es fundamental el monitoreo para lograr obtener una mayor producción del hongo deshidratado y cree que el estar en una asociación es tener problemas.

Tabla N° 22. ¿Está de acuerdo que la confianza es fundamental para seguir adelante en una asociación?

	Total	%
Si	24	80%
No	6	20%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 22. ¿Está de acuerdo que la confianza es fundamental para seguir adelante en una asociación?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 22 y figura N° 22 indican que el 80% de los productores del hongo deshidratado si están de acuerdo que la confianza es fundamental para seguir adelante en una asociación y el 20 % no están de acuerdo que la confianza es fundamental para seguir adelante en una asociación.

3.1.DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 3.1.1. Entre las principales características de los 30 productores en su mayoría están entre las edades de 26 a 35 años, en su totalidad son mujeres, dichos productores cuentan con secundaria completa. Además, son productores independientes que ya llevan de 0-5 años en la producción del hongo deshidratado, que no pertenecen a ninguna asociación.
- 3.1.2. La mayoría de los productores tienen entre 3 a 5 hectáreas para la recolección del hongo para luego ser deshidratado, producen hasta 50 kg mensuales de hongo deshidratado, utilizando en su mayoría carros lecheros para transportar su producción.
- 3.1.3. Los requisitos para la exportación del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón- Cajamarca hacia el mercado de Canadá son las siguientes:

Primero, se debe de cumplir con las siguientes reglamentaciones puestas por la CFIA (Canadian Food Inspection Agency) para el hongo deshidratado:

- Reglamentación para Productos Frescos de la ley de productos Agrícolas.
- Reglamentación para empaquetado y etiquetado de la ley de Consumer Packaging and Labelling Act.
- Reglamentación de alimentos y medicamentos de la ley Food and Drugs Acts.

Estas reglamentaciones cubren los aspectos de calidad, etiquetado, empaquetado, requisitos de salud y de seguridad.

Segundo, las certificaciones que se deben contar para la exportación al mercado de Canadá:

- **Certificado de Origen:** Este certificado es emitido por la cámara de comercio de Cajamarca, la cual acredita y garantiza la procedencia de las mercancías, permitiendo acogerse a los beneficios arancelarios preferenciales otorgada por Canadá de acuerdo al TLC firmado entre Perú y Canadá.
- **Certificado Fitosanitario:** El hongo deshidratado como los demás productos orgánicos están sujetos a la presentación de dicho certificado ya que con este certificado se previene el ingreso de plagas en el país de destino (Canadá).
- **Certificado Del régimen Orgánico Canadiense:** Con este certificado se confirma la equivalencia a los productos orgánicos que permite tener la certificación con la denominación de “orgánico” y el logo “bio” de tal manera poder ingresar al mercado de Canadá.
- **Certificado de Inspección:** Este certificado es indispensable ya que es emitido por la CFIA (Canadian Food Inspection Agency) con el propósito de comprobar que los productos que ingresan al mercado de Canadá cumplen

con los requisitos mínimos de ingresos (Calidad, etiquetado, embalaje y producto libre de plagas o enfermedades).

Tercero, las regulaciones a tener en cuenta en el etiquetado son las siguiente:

- La información del producto se debe presentar en inglés y francés.
- Nombre genérico del producto y variedad.
- Cantidad neta por número, peso o volumen. Cabe señalar que en Canadá se utiliza el sistema métrico internacional.
- Nombre y dirección del productor.
- País de origen.
- Tabla de contenido nutricional.
- Fecha de caducidad.

Cuarto, las regulaciones a tener en cuenta en el embalaje son las siguiente:

- La información del producto se puede presentar en inglés o francés.
- Nombre del producto.
- Cantidad Neta.
- Nombre completo del productor.
- País de Origen.

Quinto, la documentación para la exportación son las siguientes:

- Factura Comercial.
- Certificado de Origen.
- Certificado Fitosanitario.
- Certificado Sanitario.
- Conocimiento de embarque.
- Packing List (Lista de empaque).
- Orden de Empaque.

- Declaración de Aduanas.

Finalmente, debido a la cantidad de producción que se tiene mensual del hongo deshidratado y la carencia de conocimientos en temas de exportación es necesario tener en cuenta los requisitos de una exportación simplificada que continuación se detalla:

Primero, para la realización de una exportación simplificada o un exporta fácil se debe contar con los siguientes requisitos:

- **RUC:** es el registro informático a cargo de la SUNAT donde se encuentran inscritos los contribuyentes de todo el país; número de identificación del contribuyente ante la SUNAT, de uso obligatorio.
- **Clave SOL:** Es el conjunto de letras y números que conforman una identificación secreta que permite ser reconocido por los sistemas informáticos; puede obtenerla gratuitamente en cualquier Centro de Servicios al Contribuyente de la SUNAT, en todo el territorio nacional.
- **Factura o Boleta de Venta:** El comprobante de Pago a presentar debe cumplir con la normatividad del Reglamento de Comprobantes de Pago.
- **Documento de Control:** En el caso de mercancías restringidas: Los documentos registrados en el portal de la VUCE o fotocopia autenticada por el agente de aduana de la autorización o documento de control o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma específica lo señale.
- **Certificado de Origen:** Se deberá presentar una Fotocopia autenticada del certificado de origen, cuando corresponda.
- **Contar con un producto a exportar:** El producto con el que se cuenta para la exportación es el hongo deshidratado.

- **Tener un cliente en el extranjero:** El cliente en el extranjero al cual se tiene pensado vender el hongo deshidratado es a los Super Markets en Canadá (H & H Health Centre, ST Lawrence, Markets, Organic Garage y Fresh city).

Segundo, para la realización de una exportación simplificada o un exporta fácil se debe proceder con los siguiente:

- **Numeración de la DEF (Declaración Exporta Fácil):** El exportador deberá ingresar al portal de Sunat con su número de Ruc, Usuario y Clave sol, posteriormente a ello deberá llenar debidamente la DEF y finalmente, imprimirá cuatro ejemplares de la DEF cada una de ellas con su firma más la boleta o factura de venta del producto; para luego ser llevado el producto a las oficinas de SERPOST
- **Selección del canal del control:** El personal de SERPOST la DEF debidamente llenada y numerada, conjuntamente con la documentación que sustenta la exportación, al personal de la Intendencia de Aduana Postal del callao encargado de la recepción de documentos, quien procede a emitir la GED (guía de entrega de documentos) en la que se indica el canal del control seleccionado por el SIGAD.
- **Revisión documentaria:** El personal de la Intendencia de Aduana Postal del Callao encargado de la revisión documentaria procede a verificar que la información consignada en la DEF coincida con la registrada en el SIGAD y con la documentación que sustenta la exportación, de ser conforme registra su diligencia en el SIGAD y autoriza su embarque de lo contrario procede al rechazo y consigna los motivos en la GED y el SIGAD. El personal de SERPOST es notificado firmando un ejemplar de la DEF que queda en la SUNAT como cargo de recepción.

- **Reconocimiento físico:** El personal de la Intendencia de Aduana Postal del Callao encargado realiza el reconocimiento físico en presencia del personal autorizado de SERPOST, una vez realizado dicho reconocimiento físico sin incidencia de la mercadería el personal encargado de la Intendencia de Aduana Postal del Callao procede a diligenciar y notificar la DEF debiendo ser registrado en el SIGAD para que el envío postal obtenga la condición de embarque autorizado. Finalmente, el personal de SERPOST que participa en el reconocimiento físico firma un ejemplar de la DEF que queda en la SUNAT como cargo de recepción.
- **Control de embarque:** El oficial de aduanas de la Intendencia de Aduana Postal del Callao, en forma selectiva podrá verificar que la mercancía correspondiente a la DEF con levante autorizado sea llenada en sacas postales, así mismo en forma selectiva podrá controlar el embarque en el Centro de Canje Aéreo del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

3.1.4. Para la determinación de la viabilidad de la asociatividad para la exportación del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá, primeramente, se desarrollará la elaboración de los costos del producto para su posterior análisis del Hongo deshidratado para su exportación:

Para la exportación del hongo deshidratado se utilizará una exportación simplificada porque la producción del hongo deshidratado es de 1500kg mensual y para completar un container DRY General DV de 20 pies que cuenta con una capacidad de carga útil de 21,800 kg la cual sería difícil completar el container. Es por ello, que se realizará las exportaciones del hongo deshidratado a través del sistema de Exporta Fácil considerando que no hay límite de envíos veces para utilizar el Exporta Fácil, ya que el

monto que se va a exportar no supera los US\$7500 y el peso por cada envío será de 50kg como máximo. Finalmente, con este método se busca cumplir con la demanda del mercado canadiense y familiarizar a los productores del hongo deshidratado con las exportaciones. De esta manera, una vez que los productores se familiaricen con las exportaciones se pretende proyectar en un corto y mediano plazo realizar exportaciones comerciales del hongo deshidratado para el mercado canadiense; para dicha proyección se ha considerado que primero se determinará los costos que se tienen que realizar tomando en cuenta un horizonte de 5 años y finalmente se especificará como se exportará la mercadería.

Tabla N° 23. Proyección de la producción en un periodo de 12 meses.

	MESES												TOTAL por año (kg)
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Cantidad Hongo deshidratado(Kg)	3000	3,090.0	3,182.7	3,278.2	3,376.5	3,477.8	3,582.2	3,689.6	3,800.3	3,914.3	4,031.7	4,152.7	42,576

Fuente: Elaboración propia

Para la proyección de producción del hongo deshidratado se ha considera un crecimiento de 3% mensuales ya que contando con una mano de obra suficiente en la recolección del hongo y las máquinas que se implementarán se puede llegar a producir cierta cantidad proyectada en la tabla N°24.

Tabla N° 24. Proyección de producción del hongo deshidratado en un horizonte de 5 años

	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(%)		10%	15%	20%	20%
Cantidad de Hongo deshidratado (kg)	42,576	46,834	53,859	64,631	77,557

Fuente: Elaboración propia.

Para la tasa de crecimiento para el hongo deshidratado he considerado una tasa de crecimiento anual a partir del segundo año en función a las expectativas de crecimiento del mercado.

Tabla N° 25. Cálculo de costo unitario de producción del hongo deshidratado

Cantidad de producción(Kg) mensual					3000	
MATERIALES DIRECTOS						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO (S/.)	COSTO X LOTE	COSTO UNIT.	
Hongo	Kg	3000	10	30,000.00	10.00	
TOTAL COSTO DE MATERIALES DIRECTOS (S/.)				30,000.00	10.00	
MATERIALES INDIRECTOS						
Cubetas recolectoras	Docena	30	200.00	6,000.00	2.00	
Costales de polimero	Millares	5000	0.5	2,500.00	0.83	
Cajas	Unidades	60	2.00	120.00	0.04	
Embalaje	Millares	60	8	480.00	0.16	
Etiqueta	Millares	60	5	300.00	0.10	
TOTAL COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS (S/.)				9,400.00	3.13	
MANO DE OBRA DIRECTA						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO (S/.)	COSTO X LOTE	COSTO UNIT.	
Recolector del hongo	H/H	30	130.00	3,900.00	1.30	
Operador de horno industrial	Global	1	1,000.00	1,000.00	0.33	
Operador de cortadora industrial	Global	1	1,000.00	1,000.00	0.33	
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (S/.)				5,900.00	1.97	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO (S/.)	COSTO X LOTE	COSTO UNIT.	
Horno Industrial	Global	2	15,000.00	30,000.00	10.00	
Cortadora Industrial	Global	3	12,000.00	36,000.00	12.00	
Maquina empaquetadora	Global	1	2,000.00	2,000.00	0.67	
Maquina etiquetadora	Global	1	1,000.00	1,000.00	0.33	
Máquina de embalaje	Global	1	1,076.40	1,076.40	0.36	
Moto carguera	Global	2	2,300.00	4,600.00	1.53	
Máquina deshidratadora	Global	1	3,600.00	3,600.00	1.20	
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (S/.)				78,276.40	26.09	
COSTO TOTAL UNITARIO (S/.)				123,576.40	31.19	

Fuente: Elaboración Propia.

La elaboración de los costos unitarios de producción está enfocados a una producción de 3000 kg de hongo deshidratado en un mes respectivamente cada uno de los ítems tiene un costo unitario.

Tabla N° 26. Costos fijos para la producción del hongo deshidratado

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor. Unit. (S/.)	Monto Mensual	AÑOS				
					1	2	3	4	5
Gastos GENERALES (1)				2,350	28,200	29,046	29,917	30,815	31,739
Agua	Servicio	1	100	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
luz	Servicio	1	100	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
Internet	Servicio	1	50	50	600	618	637	656	675
Alquiler de oficina	Mes	1	600	600	7,200	7,416	7,638	7,868	8,104
Alquiler de local de producción	Mes	1	1,500	1,500	18,000	18,540	19,096	19,669	20,259
Gastos ADMINISTRATIVOS (2)				7,800	93,600	81,744	81,892	82,045	82,202
Personal de Producción (Gerencial)				1,200	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
Personal de Administración				6,200	74,400	62,400	62,400	62,400	62,400
Útiles de oficina	Mes	1	100	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
Útiles de limpieza	Mes	1	100	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
Tinta para impresora	Mes	1	100	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
Tinta para fotocopidora	Mes	1	100	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
Gastos de MARKETING y VENTAS (3)				2,200	26,400	26,472	26,546	26,623	26,701
Personal de Marketing y Ventas				2,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
Publicidad no tradicional	Mes	1	200	200	2,400	2,472	2,546	2,623	2,701
Gastos FINANCIEROS (4)				18,968	227,619	196,074	156,069	105,331	40,985
Intereses bancarios				18,968	227,619	196,074	156,069	105,331	40,985
Gastos de EXPORTACIÓN (4)				6,558	78,696	81,057	83,489	85,993	88,573
Transporte interno	Global	1	900	900	10,800	11,124	11,458	11,801	12,155
Gastos aduaneros	Global	1	250	250	3,000	3,090	3,183	3,278	3,377
Transporte de Cajamarca al Puerto	Global	1	1,250	1,250	15,000	15,450	15,914	16,391	16,883
Agente de aduanas	Global	1	1,100	1,100	13,200	13,596	14,004	14,424	14,857
Pallets	Global	2	70	140	1,680	1,730	1,782	1,836	1,891
Envío a Canadá (contenedor 20")	Global	1	2,988	2,988	35,856	36,932	38,040	39,181	40,356
Total de Gastos de Gestión (S/.)				37,946	455,355	415,259	378,804	331,725	271,146

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla N° 27 se detallan los costos fijos para la producción del hongo deshidratado respectivamente detallando la cantidad y el valor unitario de cada servicio que se necesitará mensualmente y anualmente.

Tabla N° 27. Determinación del precio de venta del hongo deshidratado

Cantidad promedio de producción mensual del hongo deshidratado en Kg				4,758	
COSTOS VARIABLES					
ITEMS	UNIDAD	CANTIDAD	Monto. UNIT	MONTO	
Materiales e insumos directos	Kilos por mes	4,758	13.13	62,483.07	
Mano de obra directa	Kilos por mes	4,758	1.97	9,356.60	
Costos indirectos de fabricación	Kilos por mes	4,758	31.19	148,399.51	
COSTO VARIABLE TOTAL			46.29	220,239.18	
COSTOS FIJOS					
Gastos GENERALES (1)	Mes	1	2,350.00	2,350.00	
Gastos ADMINISTRATIVOS (2)	Mes	1	86,496.00	86,496.00	
Gastos de MARKETING y VENTAS (3)	Mes	1	2,200.00	2,200.00	
Gastos FINANCIEROS (4)	Mes	1	18,968.24	18,968.24	
Depreciación de Activo Fijo	Mes	1	1,341.86	1,341.86	
Amortización de intangibles	Mes	1	244.37	244.37	
COSTO FIJO TOTAL (S/.)				110,014.24	
COSTO TOTAL MENSUAL (S/.)				330,253.42	
COSTO VARIABLE UNITARIO (S/.)				46.29	
COSTO FIJO UNITARIO (S/.)				23.12	
COSTO UNITARIO TOTAL (S/.)				69.42	
MARGEN DE UTILIDAD (1)	%		20%	11.70	
PRECIO DE VENTA (S/.)				85.80	

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar el precio de venta del hongo deshidratado se sumaron el costo unitario total que es de S/.69.42 más el IGV del 18% y el margen de utilidad que es del 20% llegando a costar s/ 85.80.

Tabla N° 28. Estimación del capital de trabajo para un año

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
INGRESOS													
Ventas													
EGRESOS	179,994	156,687	160,979	165,399	169,951	174,640	179,470	184,445	189,569	194,847	200,283	205,882	2,162,146
	138,876	143,043	147,334	151,754	156,307	160,996	165,826	170,800	175,924	181,202	186,638	192,237	1,970,938
Costos Variables													
	39,400	40,582	41,799	43,053	44,345	45,675	47,046	48,457	49,911	51,408	52,950	54,539	559,166
Materiales e insumos directos													
Mano de obra directa	5,900	6,077	6,259	6,447	6,641	6,840	7,045	7,256	7,474	7,698	7,929	8,167	83,733
Costos indirectos de fabricación	93,576	96,384	99,275	102,253	105,321	108,481	111,735	115,087	118,540	122,096	125,759	129,532	1,328,039
Pago a cuenta del IR (1.5%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos Fijos	41,118	13,645	13,645	13,645	13,645	13,645	13,645	13,645	13,645	13,645	13,645	13,645	191,208
Gastos generales	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	2,350	28,200
Gastos administrativos	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	93,600
Gastos de marketing y ventas	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	26,400
Cuotas de pago préstamos	28,768.0	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	1,294.6	43,008
SALDO DEL MES (S/.)	-179,994	-156,687	-160,979	-165,399	-169,951	-174,640	-179,470	-184,445	-189,569	-194,847	-200,283	-205,882	-2,162,146
	-179,994	-336,682	-497,660	-663,059	-833,010	-1,007,650	-1,187,120	-1,371,566	-1,561,135	-1,755,981	-1,956,264	-2,162,146	
SALDO ACUMULADO (S/.)													

Fuente: Elaboración propia.

El capital de trabajo estimado para un año es de 2,162,146 teniendo en cuenta los egresos, costos variables y costos fijos cada mes computable, sin considerar ventas, para establecer cuánto de capital de trabajo se requiere en caso de que no haya ventas.

Tabla N° 29. Proyección de ventas en un horizonte de 5 años en Kg para el hongo deshidratado

ITEMS	KILOS PRODUCIDOS POR AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos del hongo deshidratado por Kg	42,576	46,834	53,859	64,631	77,557
	PRECIO POR KG				
% Crec. Del Precio por Año		2%	2%	2%	2%
Precio del hongo (kg)	85.80	87.51	89.26	91.05	92.87
	INGRESOS ANUALES POR VENTAS DEL HONGO DESHIDRTADO				
ITEMS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos del hongo deshidratado (Kg)	3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	7,202,742
Total Ingresos Anuales (S/.)	3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	7,202,742

Fuente: Elaboración propia.

Para la proyección de ventas anuales se consideró un crecimiento del 3% anual ya que se tiene que estar de acuerdo a la inflación del país y de tal manera sea un crecimiento conservado.

Tabla N° 30. Cálculo de Depreciación del activo Fijo

Depreciación	Monto de Inversión	Vida Útil (Años)	Depreciación %	Depreciación Anual(S/.)	Valor de Rescate de Activo Fijo
Equipamiento y Maquinaria de Producción	66,335.93	5	20%	13,267.19	-
Equipamiento de Oficina	4,067.80	5	20%	813.56	-
Equipos de limpieza, seguridad y otros	288.14	5	20%	57.63	-
Herramientas	2,118.64	4	25%	529.66	-
Muebles en General	5,330.51	4	25%	1,332.63	-
Infraestructura (construcción)	2,542.37	25	4%	101.69	2,033.90
Total Depreciación Anual S/.	80,683.39			16,102.36	2,033.90
Depreciación mensual S/.	1,341.86				
Depreciación por día S/.	51.61				

Fuente: elaboración propia.

Los artículos que se depreciaron son los Equipos y Maquinarias de Producción, Equipamiento de Oficina, Equipos de limpieza, seguridad y otros en un periodo de 5 años, pero las herramientas, muebles en general se depreciaron a base de 4 años y la infraestructura en un periodo de 25 años. Donde la depreciación mensual es de S/1341.86 y la depreciación

diaria es de S/.51.61. Finalmente, se obtiene un valor de rescate del activo fijo de S/. 2033.9 para el quinto año.

Tabla N° 31. Estructura del financiamiento en un horizonte de 5 años

Financiamiento	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Inversión Inicial a Financiar (S/.)	2,262,014.70	
Capital propio	1,262,014.70	56%
Prestamos Bancario	1,000,000.00	44%
Estructura de Financiamiento (S/.)	2,262,014.70	100%

Tabla N° 32. Datos de financiamiento

Tasa Efectiva Mensual (%)	2.00%
Tasa Efectiva Anual (%)	26.55%
Meses	60
Préstamo (S/.)	1,000,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 33. WACC

ITEM	DESCRIPCIÓN	DATOS
Ke	Costo de los Fondos Propios (%)	20.00%
Kd	Costo de deuda financiera (%)	26.55%
E	Fondos Propios (\$)	1,262,015
D	Fondos Financiados (\$)	1,000,000.00
E+D	Sumatoria de fondos (propios y Fin.)	2,262,015
t	Tasa impositiva (%)	30.00%
WACC	Tasa de Descuento (Td)	19.38%

Fuente: Elaboración propia

Se ha realizado un financiamiento de S/. 1 000,000 en el banco Scotiabank teniendo en cuenta que la tasa efectiva mensual es de 2.00%, la tasa Efectiva Anual es de 26.55% para realizar el pago en un periodo de 60 meses que equivale a 5 años. Finalmente, existe una inversión de S/. 2,262,014.70 ya que se cuenta con el capital propio que es de 1,262,014.70 y la sumatoria del financiamiento que es de S/. 1,000,000.

Tabla N° 34. Estructura de costos en un periodo de 5 años

COSTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS FIJOS (S/.)	471,550	431,428	394,948	347,842	287,235
Gastos Generales	28,200	29,046	29,917	30,815	31,739
Gastos Administrativos	172,296	162,801	165,381	168,038	170,775
Gastos de Ventas	26,400	26,472	26,546	26,623	26,701
Gastos Financieros	227,619	196,074	156,069	105,331	40,985
Depreciación	16,102	16,102	16,102	16,102	16,102
Amortización de intangible	932	932	932	932	932
COSTOS VARIABLES (S/.)	1,970,938	2,168,032	2,493,237	2,991,884	3,590,261
Materiales e insumos	559,166	615,083	707,345	848,814	1,018,577
Mano de Obra Directa	83,733	92,106	105,922	127,107	152,528
Gastos Indirectos de fabricación	1,328,039	1,460,843	1,679,969	2,015,963	2,419,156
Total de Costos (S/.)	2,442,488	2,599,460	2,888,184	3,339,726	3,877,496

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro N° 34 se detallan los costos fijos totales, Costos variables y el total de costos para un horizonte de 5 años. Donde el total de costos en el primer año es de S/. 2,442,488, para el segundo año es S/. 2,599,460, para el tercer año es de S/. 2,888,184, para el cuarto año es de S/ 3,339,726 y finalmente para el quinto año es de S/. 3,877,496. Esto va en función de la sumatoria del total de los costos Fijos anuales y Costos variables anuales.

Tabla N° 35. Estado de resultados de Ganancias y Pérdidas proyectado hacia 5 años

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas (S/.)	3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	7,202,742
Costo de producción	1,970,938	2,168,032	2,493,237	2,991,884	3,590,261
Utilidad Bruta	1,682,016	1,930,582	2,314,438	2,892,709	3,612,482
Gastos Generales	28,200	29,046	29,917	30,815	31,739
Gastos Administrativos	172,296	162,801	165,381	168,038	170,775
Gastos de Ventas	26,400	26,472	26,546	26,623	26,701
Utilidad de Operación	1,455,120	1,712,263	2,092,593	2,667,234	3,383,266
Depreciación	16,102	16,102	16,102	16,102	16,102
Amortización de Intangible	932	932	932	932	932
Utilidad antes de Intereses Impuestos	1,438,085	1,695,229	2,075,558	2,650,199	3,366,231
Gastos Financieros (intereses y gastos bancarios)	227,619	196,074	156,069	105,331	40,985
Utilidad Antes de Impuestos	1,210,466	1,499,154	1,919,490	2,544,867	3,325,246
Impuestos (30%)	363,140	449,746	575,847	763,460	997,574
Utilidad Neta (S/.)	847,326	1,049,408	1,343,643	1,781,407	2,327,672

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar las ventas anuales en el estado resultados de ganancias y pérdidas en un horizonte de 5 años se ha considerado la proyección anual de la tabla N°33 de proyección de ventas, posteriormente para determinar el Costo de producción, Gastos generales, Gastos administrativos, Gastos de ventas, Depreciación, Amortización del intangible anual se ha tomado en cuenta la tabla N°35 de estructura de costos.

Tabla N° 36. Flujo de Caja Económico en un periodo de 5 años

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por Ventas (S/.)		3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	9,366,922
Ventas		3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	7,202,742
Valor Rescate de Activo Fijo						2,034
Valor Rescate de Capital Trabajo						2,162,146
Total Ingresos		3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	9,366,922
Costos de producción		1,970,938	2,168,032	2,493,237	2,991,884	3,590,261
Gastos de Operación		209,861	201,284	204,810	208,441	212,181
Impuestos		363,140	449,746	575,847	763,460	997,574
Inversión	2,262,015					
Total Egresos	2,262,015	2,543,939	2,819,062	3,273,893	3,963,785	4,800,016
Flujo Neto Económico (S/.)	-2,262,015	1,109,015	1,279,552	1,533,781	1,920,808	4,566,906

Fuente: Elaboración propia.

En el año 0 del flujo de caja económico neto arroja negativo porque en ese momento ocurre el inicio de la inversión. Posteriormente en el año 1 se obtiene un resultado positivo de S/ 1,109,015. Finalmente, en el quinto año se obtiene un resultado de S/ 4,566,906 porque se aumentado en los ingresos por ventas el valor de rescate del activo fijo y del capital de trabajo además en ese año es el término de la vida económica del proyecto haciendo que lo invertido en el activo fijo y del capital de trabajo quede nuevamente disponible.

Tabla N° 37. Flujo de caja Financiero en un horizonte de 5 años

DETALLE	AÑOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Venta						
Ventas de productos (S/.)		3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	7,202,742
Valor Rescate de Activo Fijo						2,034
Valor Rescate de Capital Trabajo						2,162,146
Préstamo	1,000,000					
Total de Ingresos	1,000,000	3,652,954	4,098,614	4,807,674	5,884,593	9,366,922
Costo de producción		1,970,938	2,168,032	2,493,237	2,991,884	3,590,261
Gastos de operación		209,861	201,284	204,810	208,441	212,181
Intereses (Gastos financieros)		227,619	196,074	156,069	105,331	40,985
Amortización de Préstamo		117,597	149,141	189,147	239,884	304,231
Impuesto		363,140	449,746	575,847	763,460	997,574
Inversión	2,262,015					
Total Egresos	2,262,015	2,889,155	3,164,278	3,619,109	4,309,001	5,145,231
Flujo Neto Financiero (S/.)	-1,262,015	763,799	934,336	1,188,566	1,575,593	4,221,691

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el flujo de caja Financiero para el año 0 tiene un resultado de S/. -1,262,015 porque en ese año se efectúa la operación del proyecto, siguientemente en el primer año se puede visualizar el monto del total de ingresos de S/. 3,652,954 y un total de egresos de S/. 2,889,155 obteniendo un total de Flujo Financiero de S/. 763,799. Finalmente, en el quinto año se obtiene un total de ingresos de S/. 9,366,922 porque se agregó el valor de rescate del activo fijo y capital de trabajo. Además, se obtiene un total de egresos de S/. 9,237,611 obteniendo un total de Flujo financiero Neto de S/. 4,221,691.

Tabla N° 38. Indicadores de rentabilidad

Indicadores Económicos	Económico	Financiero
	Valor Actual Neto (VAN)	3,200,000
Tasa Interna de Retorno (TIR)	60.89%	81.54%

Fuente: Elaboración propia.

El valor Actual Neto Económico (VANE) del proyecto en un horizonte de 5 años es favorable ya que se tendría una utilidad de S/. 3,200,000 además, que la Tasa de Retorno Interno Económico es del 60.89%, lo cual indica su rentabilidad por encima del costo de oportunidad del 20%.

Asimismo, el valor Actual Neto Financiero (VANF) del proyecto en un horizonte de 5 años es favorable ya que se tendría una utilidad de S/. 3,249,412 además, que la Tasa de Retorno Interno Financiero es del 81.54%, lo cual indica su rentabilidad por encima del WACC de 19.38%.

Tabla N° 39. Influencia

Modelo	B	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	
		Error estándar	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	1,220	,215		5,677	,005
VAR00003	1,429E-7	,000	,849	3,210	,033

a. Variable dependiente: exportación

En la tabla N° 39, se manifiesta que, la asociatividad influye en un 84.9%, en la exportación de la producción de hongo deshidratado.

Para la exportación del hongo deshidratado se realizará lo siguiente:

Envasado: El envasado para el hongo deshidratado será través de bolsas color yute con abre fácil y estampado el hongo Deshidratado, Finalmente, cada bolsa contendrá la cantidad de 1kg de hongo deshidratado. (Ver nexos N°7)

Etiquetado: Para el etiquetado del hongo deshidratado, se contará con la tabla nutricional, Marca Perú, Sello de Fair Trade, Sello de Organic Natural Product, Peso Neto del producto, código de barras y La marca del producto. (Ver nexos N°7)

Empaquetado: Para el empaquetado del hongo deshidratado se utilizará cajas de cartón corrugado con las siguientes medidas 25cm de largo por 17cm de ancho y 19cm de alto con capacidad de carga de 25kg. Finalmente, cada caja contendrá 25bolsas de un 1kg de hongo deshidratado. (Ver nexo N°7)

Embalaje: Para el embalaje del producto se utilizará la cinta stretch la cual permite estirarse y apretar la carga de tal forma se asegure las cajas. (Ver nexo N°7)

Paletización: De acuerdo por la Organización Internacional de Normalización (ISO) el pallet a utilizar para el paletizado de la mercadería es un palet que tiene que cumplir con las siguientes medidas:120cm de largo por 100cm de ancho; el cual tiene la capacidad máxima de carga dinámica de 1500kg y hasta 4500kg en cuanto al almacenamiento estático. Además, teniendo en cuenta las consideraciones pertinentes del ISO se utilizará 2 pelets cada palets tendrán una base de 28 cajas y serán de dos pisos y medio teniendo un total de 60 cajas de 25 kg por cada palet y una carga total de 1500kg. Finalmente, para la determinación de la cantidad de cajas que ira en cada palets se dividió el área del palet por el área de la caja. (Ver nexo N°7)

CONTAINER: El container que se utilizará es un container de DRY General DV de 20 pies que tiene las siguientes características: (Ver nexo N°7)

- Peso bruto de 24,000kg
- Tara 2,200kg
- Carga útil 21,800Kg
- Longitud 5.902 mm
- Ancho 2.350mm
- Alto 2.393 mm
- Ancho de puerta Abierta 2.341mm
- Altura de puerta abierta 2.280mm
- Capacidad de volumen 33.2

Finalmente, la Asociatividad es viable porque, en primer lugar, los productores del hongo deshidratado son independientes y no pertenecen a ninguna asociación. En segundo lugar, los productores del hongo deshidratado prefieren trabajar de manera asociativa y no de manera individual. En tercer lugar, los productores del hongo deshidratado si estarían dispuestos a pertenecer a una asociación. Por último, los productores del hongo deshidratado nunca han exportado su producto porque desconocen cuáles son los procesos y requisitos para la exportación.

Por otro lado, al momento de formalizar la asociatividad entre los productores del hongo deshidratado se obtendría mayor cantidad de producción, que serviría para exportar, obteniéndose beneficios económicos mayores que solo exportar individualmente; esto se demuestra con un VAN económico de 3,200,000 soles para los cinco años.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

La presente discusión se basará en aquellos aspectos más relevantes que se han extraído de los resultados obtenidos por el instrumento aplicado a los productores del hongo, además, los datos extraídos para la presente investigación no pueden hacer aplicable para otras investigaciones ya que se está basando solamente en los productores del hongo deshidratado del Centro Poblado de Porcón-Cajamarca.

Algalobo y Pusse (2017), señalan que los productores de limón sutil del distrito de Olmos ven a la desconfianza, el individualismo, la irresponsabilidad y falta de cooperación como los principales obstáculos para la creación de una asociación; pero a pesar de ello el 95% de productores, estarían dispuestos a formar parte de un modelo asociativo. Además, alemán y Zambrano (2017), indican que las microempresas son piezas fundamentales para la economía sobre todo para países en vías de desarrollo como Ecuador, otorgando grandes cantidades de empleo e influenciando la economía de la sociedad. Las Pymes son modelos de negocios que cada vez van aumentando en los distintos mercados llegando a ser modelos de negocios que pueden tener crecimiento importante en los sectores en las que se encuentran desempeñándose. Por otro lado, Montero y Escorza (2019), señalan que las principales características de la asociatividad en los productores de José Sabogal de la provincia de San Marcos que posibilitan el desarrollo de la papilla de oca para bebés y su exportación al mercado meta son: compromiso hacia un mismo mercado, conseguir el objetivo común: mayores ventas, la confianza entre productores y trabajo en equipo definido, pues son condiciones que deben estar presentes de manera conjunta para beneficio en todos. En el estudio realizado se coincide con los autores ya que al aplicar la encuesta a los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón señalan que el rango de las edades que tienen dichos productores es de 26 a 35 años, cuentan con secundaria completa, son

productores independientes que ya llevan de 0-5 años en la producción del hongo deshidratado y que no pertenecen a ninguna asociación. Además, que el 80% de los productores del hongo deshidratado si estarían dispuesto a pertenecer a una asociación porque les gusta trabajar en equipo, existe mayor cooperación, confianza y mayor fuerza de trabajo para la producción del hongo deshidratado.

Castro y Ulloa (2019), obtuvieron como resultado de su investigación que la mayoría de los microempresarios peruanos se ven abatidos por la falta de recursos económicos para poder exportar sus productos a distintos mercados del mundo y especialmente a Estados Unidos de Norteamérica, esto sucede, en zonas rurales, pues carecen del acceso de información para realizar exportaciones. Por otro lado, Guevara y Vera (2016), señalan que los beneficios del desarrollo e implementación de la asociatividad en los productores de arándano en la cuenca Mashcón distrito de Baños del Inca para la exportación de Infusión aromática al mercado de EE. UU-Seattle en el año 2017, son el aumento de la producción (comercialización) y la reducción de costos (financieros). En los resultados obtenidos sobre el nivel de producción del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón - Cajamarca donde los productores del hongo deshidratado señalan que cuentan con 3 a 5 hectáreas para la recolección del hongo para posteriormente ser deshidratado, dichos productores del centro poblado de Porcón tienen una producción de 50 kg mensuales de hongo deshidratado, utilizando en su mayoría carros lecheros para transportar su producción; ya que, no cuentan con el capital suficiente para comprar alguna movilidad propia para poder transportar el producto y de tal manera lo puedan comercializar.

Bustamante (2017) menciona que las exportaciones según la ciencia económica es cualquier bien o servicio que es enviado de un país a otra parte del mundo y se trata de una comercialización que va más allá de las fronteras arancelarias, para lo cual, se debe

de cumplir con todo el reglamento y requisitos para la exportación. En cuanto, a los resultados sobre el conocimiento de los requisitos para la exportación del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá, se obtuvo que los productores del hongo deshidratado no tienen conocimiento de dichos requisitos ya que nunca han exportado el hongo deshidratado a ningún país. Pero es fundamental conocer estos requisitos de exportación comercial, tales como certificado fitosanitario, de origen, embalaje acorde a características del producto y especificaciones técnicas.

Montero y Calderón (2019), señalan que las asociaciones son espacios importantes que pueden fomentar el desarrollo y la competitividad de las empresas locales en un territorio gracias a procesos colaborativos, ahorro de costes y transferencia de conocimiento. Al realizar la elaboración de la viabilidad de la asociatividad para exportar el hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá, es viable porque, de acuerdo a las encuestas aplicadas y los costos proyectados tienen resultados positivos; de tal manera, se pueda abastecer el mercado demandante con la colaboración de todos los socios, tener competitividad en la producción del hongo deshidratado y ahorrar los costos.

4.2. Conclusiones

- En conclusión, las principales características de los productores del Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, en las cuales, la mayoría de productores son mujeres, entre las edades de 26 a 35 años, dichos productores cuentan con secundaria completa. Además, son productores independientes, llevan de 0-5 años produciendo el hongo deshidratado y no pertenecen a ninguna asociación.
- Se concluye que el nivel de producción del Hongo deshidratado de los productores del centro Poblado de Porcón – Cajamarca es de 50kg mensual por cada productor ya que cuentan con 3 a 5 hectáreas para la recolección del hongo y la mayoría de los productores utilizan los carros lecheros para transportar su producción.
- En conclusión, los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón - Cajamarca desconocen los procesos y requisitos para realizar una exportación comercial o simplificada; además, de que nunca han exportado su producto ya que solo se vende el hongo deshidratado en el mercado local.
- En conclusión, la viabilidad económica y financiera de exportación para el hongo deshidratado hacia al mercado de Canadá es positivo porque el producto se vendería a un precio de S/. 85.80 además, que el plan financiero tiene un de VANE de S/.3,200,00 y un VANF de S/. 3,249,412 soles, Finalmente tiene un TIRE de 60.89% y un TIRF de 81.54% durante un periodo de 5 años.

4.3.Recomendaciones

- Se recomienda a los productores del hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón –Cajamarca unir fuerzas de trabajo, cooperación y confianza de tal manera, constituyan una asociación consiguiendo que se eleve el nivel producción del hongo deshidratado y se pueda exportar no solo al mercado canadiense sino a otros mercados internacionales donde la demanda por el producto es elevada.
- Se recomienda a los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón- Cajamarca gestionar las coordinaciones pertinentes con respecto a la obtención de certificados de Isos de calidad, sanitarios, fitosanitarios y de origen de tal manera el producto se venda sin ningún problema ya sea en el mercado local como internacional.
- Se recomienda a las autoridades locales poner mayor interés a los productores independientes de los centros poblados o caseríos pertenecientes a Cajamarca brindando charlas de productividad, gestiones para la obtención de certificaciones de calidad y finalmente, poner énfasis en las exportaciones.
- Se recomienda a los investigadores quienes estén interesados en el tema de investigación, realizar mejores propuestas para la influencia de la asociatividad entre productores y exportación de cualquier producto orgánico. Teniendo en cuenta los factores de productividad, competitividad, cooperación, búsqueda de mercados Internacionales, trabajo en equipo y calidad.

4.4.Limitaciones

Internas:

- Falta de financiamiento suficiente para llevar acabo la realización de la investigación. Para la superación de dicha limitante se contó con el financiamiento familiar del autor.
- Poco conocimiento en la producción del hongo deshidratado. Para superar esta limitante se contó con el apoyo y orientación de los productores del hongo deshidratado.
- Tiempo limitado de 8 semanas para la realización del proyecto de investigación. Para la superación de la limitante se tuvo que poner el 100% de tiempo y dedicación del autor.

Externas:

- Temor y desconfianza a ser engañados por parte de los productores del hongo deshidratado al brindar información para el desarrollo de la encuesta. Esta limitante fue solucionada dando explicación y motivo por el cual se está realizando dicha encuesta.
- Poca facilidad de recojo de información al momento de aplicar la encuesta a los productores del hongo deshidratado porque, algunos productores del hongo deshidratado no se encontraban en sus viviendas y otros no querían dar información en el momento de la realización de la encuesta. Para dar solución a la limitante se tuvo que realizar una previa coordinación con el productor para realizar la encuesta y regresar al día siguiente.
- Miedo a ser contagiados por el Covid-19 por parte de los productores del hongo deshidratado y del autor en el proceso de recolección de datos. Se dio solución a esta limitante cumpliendo con las normas establecidas por el gobierno del Perú para evitar el contagio y propagación del covid-19.

4.5.Implicancias

- Las implicancias se establecen en dos grupos: las académicas, en cuanto a la exportación y asociatividad; y la práctica, para los productores de hongo deshidratado, que, al estar asociados, podrán exportar su producción al mercado de Canadá.
- Desde el punto de vista académico, se ha revisado la literatura de las variables, tanto para la asociatividad, como para la exportación, abordándose los principales conceptos, características y teorías. Además, se ha logrado contribuir al vacío empírico en cuanto al tema de problemas de asociatividad en productores de hongo deshidratado, aportándose desde una perspectiva teórica y empírica, el conocimiento sobre la viabilidad económica y financiera que trae dicha asociatividad para la exportación.

- En cuanto, a las implicancias prácticas, se denota en la toma de decisiones por parte de los productores de hongo deshidratado, para que logren la asociatividad, conozcan sobre el tema de exportación y lleguen a comercializar su producto al mercado canadiense.

REFERENCIAS

- Acosta, A., & Leiva, D. (2018). *Características de la asociatividad de los productores de cochinilla de la provincia de San Marcos para la exportación de polos de algodón teñido con cochinilla al mercado de la Paz Bolivia 2018*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15084/Acosta%20Rojas%20Allyn%20Roselly%20-%20Leiva%20Bueno%20Danelid.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alemán, A., & Zambrano, H. (2017). *¿Cómo Influye la asociatividad empresarial en el crecimiento de las microempresas?*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7996>
- Algalobo, B., & Pusse, K. (2017). *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos*. Lambayeque: Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barrera Rodríguez, A., Espejel García, A., & Herrera Cabrera, B. &. (2016). ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL DE ORGANIZACIONES PRODUCTORAS DE VAINILLA EN EL TOTONACAPAN. *AGROPRODUCTIVIDAD*.
- Bustamante, A. (2017). *Importancia del Comercio Exterior en la Economía Peruana*. Lima: COMEX Perú. Obtenido de <https://ucsp.edu.pe/archivos/comercioexterior/2017/Importancia-del-comercio-exterior-en-la-economia-peruana.pdf>
- Castro, F., & Ulloa, P. (2019). *La Asociatividad como estrategia aplicada por los productores de artesanías de la selva de la región Loreto para obtener ventajas competitivas al exportar sus productos a Estados Unidos de Norteamérica entre los*

- años 2010- 2015. Lima: Universidad Tecnológica del Perú. Obtenido de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2727/1/Fabio%20Castro_Paola%20Ulla_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf
- Cortez, L., & Peralta, J. (2017). *Características de la asociatividad para la propuesta de un modelo asociativo adecuado, para los artesanos textiles de Porcon Alto – Cajamarca, para la mejora de la competitividad el año 2017*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12733/Cortez%20Alvarado%2c%20Luis%20Gustavo%3b%20Peralta%20Gamboa%2c%20Jimena%20Esther.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Delgado, L. (2018). *Propuesta de modelo asociativo para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales de aceituna de la región Tacna, 2016*. Tacna: Universidad Privada de Tacna. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/593/1/Delgado-Kuong-Luis-Miguel.pdf>
- Fanzo, F., & Rubio, K. (2016). *Plan de negocio para la instalación de una granja avícola de pollos ecológicos, por la asociación de productores individuales criadores de pollo criollo en el distrito de Lambayeque, departamento Lambayeque - 2015*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/642/1/TL_FanzoGonzalesFranco_RubioOlanoCarla.pdf
- Guevara, S., & Vera, C. (2016). *Asociatividad de los productores de arándano de la Cuenca Mashcón – Baños del Inca para la exportación de infusión aromática al mercado de EE.UU-Seattle, año 2017*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11018/GUEVARA%20HUA>

MAN%20SAMMY%2c%20VERA%20ARAUJO%20CARMEN.pdf?sequence=1
&isAllowed=y

Hill, C. (2007). *Negocios Internacionales*. México: McGraw Hill.

Martínez, D. (2013). *Pymes: Rutas para la Exportación*. Barranquilla : Universidad del Norte .

Maya, C. (2017). *Globalización y competencia*. Mexico: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

Montero, G., & Escorza, K. (2019). *Características de la asociatividad en los productores de oca (Oxalis Tuberosa) en el distrito de José Sabogal – Provincia de San Marcos – Departamento de Cajamarca para la exportación de papilla para bebés al mercado de berlin – Alemania en el año 20*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Obtenido de

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14802/Montero%20Portillo%20Geraldine%20Milagros%20-%20Escorza%20C%b3ndor%20Kathya%20Rossmery.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Montero, S., & Calderón, N. (2019). Asociatividad, liderazgo inclusivo y desarrollo económico local. El Grupo de Artesanos Independientes de Mompox. *Bitácora Urbano Territorial*, 30(1), 193-204. Obtenido de <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n1.62160>

Pérez, M. (2015). *Comercio exterior (2a. ed.)*. Málaga: Editorial ICB.

Rodriguez, H., & Ramirez, C. (2016). Análisis de la sostenibilidad de procesos de fortalecimiento de la Asociatividad Rural; El Caso de Asomora. *Revista de ciencias agrícolas*, 33(1), 9-21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5619938>

- Rodríguez, W., & Vicente, W. (2020). Cultural aspects that influence the associative work of agricultural production chains in the Mantaro Valley of Peru. *Management Science Letters*(10), 2425–2430. Obtenido de http://www.growingscience.com/msl/Vol10/msl_2020_104.pdf
- Sánchez, A., Blanco , B., & Esquivel , R. (2016). Associativity Farmers to Contribute to Sustainable Development of the Province Manabí, Ecuador. *Journal of Agriculture and Environmental Sciences*, 5(1), 162-167. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/324273850_Associativity_Farmers_to_Contribute_to_Sustainable_Development_of_the_Province_Manabi_Ecuador
- Schin, G., Florina , V., & Silvius, S. (2017). The association of agricultural producers – national and European perspectives. *Development Sustainability to Global*, 1, 1621-1627. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/317351304_The_Association_of_Agricultural_Producers_-_National_and_European_Perspectives
- Suárez, M., & Suárez, L. (2017). El conocimiento, determinante en procesos de asociatividad: una experiencia en conformación de redes empresariales. *Encuentros*, 15(2), 83-97. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=691cdfcf-eddd-4a84-80ef-b98f70f8e98f%40sessionmgr103>
- Verter , N. (2015). The Application of International Trade Theories to Agriculture. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 209-219. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/287157018_The_Application_of_International_Trade_Theories_to_Agriculture
- Villalobos, L. (2006). *Fundamentos de comercio internacional*. Mexico: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

ANEXOS

ANEXO N°1. Cuestionario de Asociatividad y Exportación

Estimado productor, a continuación, se le presenta un cuestionario para determinar cómo influye la Asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2020. Se le ruega conteste con la mayor objetividad posible. Sus respuestas serán analizadas en calidad de anónimo.

Marque con un aspa (X)

Edad:

Rango:	
18-25	
26-35	
36-45	
46-a más	

Sexo:

Masculino _____

Femenino _____

Grado de instrucción:

- a) Sin estudios
- a) Primaria incompleta
- b) Primaria completa
- c) Secundaria incompleta
- d) Secundaria completa
- e) Superior

1. ¿Usted es productor independiente?
 - a) Si
 - b) no
2. ¿Cuánto tiempo viene produciendo el hongo deshidratado?
 - a) 0 -5 años
 - b) 6- 10 años
 - c) 11- 15 años
 - d) más de 15 años

3. ¿Cuál es el área de producción de hongo deshidratado con la que cuenta?:

4. ¿Cuál es la cantidad de producción de hongos deshidratados al mes en kg?

- a) 0-50 kg
- b) 51 a 100 kg
- c) 101 a 150 kg
- d) 151 a 200 kg

5. ¿Cuenta con algún certificado fitosanitario?

- a) Si
- b) No

6. ¿Para la venta del hongo deshidratado cuenta con algún otro certificado?

- a) Si
- b) No

7. ¿Alguna vez ha exportado el hongo deshidratado?

- a) Si (pasa a la pregunta 8)
- b) No (pasa a la siguiente pregunta 11)

8. Cantidad exportada al año:

- a) 0-50 kg
- b) 51 a 100 kg
- c) 101 a 150 kg
- d) 151 a 200 kg

9. ¿Con qué frecuencia exporta?

- a) Mensual
- b) Trimestral
- c) Anual

10. ¿A qué mercados exporta?

11. ¿Qué tipo de transporte utiliza para movilizar su producción?

12. ¿Dónde comercializa el hongo deshidratado?

- a) Mercados
- b) Bodegas

c) Otros, especificar: -----

13. ¿A qué precio comercializa el hongo deshidratado?

14. ¿Usted vende a comerciantes nacionales que luego exportan?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

15. ¿Conoce cuáles son los procesos de la exportación?

- a) Si
- b) No

16. ¿Conoce cuáles son los requisitos para exportar?

- a) Si
- b) No

17. ¿Se encuentra dentro de una asociación?

- a) Si
- b) No

18. ¿Prefiere trabajar de manera individual o asociativa? ¿porqué?

19. ¿Estaría dispuesto pertenecer a una asociación?

- a) Si
- b) No

20. ¿Está de acuerdo que estar dentro de una asociación permitirá que se aumente credibilidad en la calidad de la producción?

- a) Si
- b) No

21. ¿Considera usted que el monitoreo es fundamental para lograr obtener una mayor producción de hongo deshidratado?

- a) Si
- b) No

22. ¿Está de acuerdo que la confianza es fundamental para seguir adelante en una asociación?

- a) Si
- b) No

ANEXO N°2. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><u>Problema general.</u> ¿Cómo influye la asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del Centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021?</p>	<p><u>Objetivo general.</u> Determinar cómo influye la Asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021.</p> <p><u>Objetivos Específicos</u> •Describir las principales características de los productores del Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca. •Determinar el nivel de producción del Hongo deshidratado de los productores del centro Poblado de Porcón – Cajamarca. •Conocer los requisitos para la exportación</p>	<p><u>Hipótesis General</u> Existe influencia de la asociatividad en los productores de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca, para la exportación al mercado de Canadá en el año 2021.</p> <p><u>Hipótesis específicas</u> •No existe asociatividad en los productores del Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón – Cajamarca. •Producción alta de Hongo deshidratado de los productores del centro Poblado de Porcón – Cajamarca. •Existen varios requisitos para la exportación del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá.</p>	ASOCIATIVIDAD	Confianza Cooperación Liderazgo	<p><u>Tipo de investigación</u> Enfoque: Cuantitativo Naturaleza: Descriptiva-propositiva Diseño: No experimental <u>Técnica de recolección de datos</u> • Encuesta <u>Herramienta e instrumentos:</u> • Cuestionario <u>Población y muestra:</u> 30 productores de hongos deshidratados en la Ciudad de Cajamarca <u>Procesamiento y Análisis de Datos:</u> Técnica: Estadística descriptiva- Instrumento: Microsoft Excel, SPSS.</p>
			EXPORTACIÓN	Factor en el País Volumen de ventas Cotizaciones	

	<p>del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá</p> <p>•Determinar la viabilidad económica y financiera de la asociatividad para exportar hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá</p>	<p>•Resulta viable económica y financieramente la asociatividad para exportar hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca al mercado de Canadá</p>			
--	--	--	--	--	--

ANEXO N°3: Validación de experto

I. REFERENCIA

- 1.1. EXPERTO: Carlos Alberto Ordoñez Astopilco
- 1.2. ESPECIALIDAD: Contabilidad – Administración Estratégica
- 1.3. CARGO ACTUAL: Docente Tiempo Parcial
- 1.4. GRADO ACADÉMICO: Magister en Administración Estratégica de Empresas
- 1.5. INSTITUCIÓN: Centrum - Pontificia Universidad Católica del Perú
- 1.6. TIPO DE INSTRUMENTO: Cuestionario
- 1.7. FECHA Y LUGAR: 22 de Setiembre 2020, Cajamarca

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
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	47					

Coefficiencia de valoración porcentual: $c = 94\%$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....



.....

.....

Firma y sello del experto

ANEXO N°4. Certificate of Origin

Canada – Peru Free Trade Agreement

(Instructions on reverse)

Please Print or Type.

1. Exporter's Name and Address: Telephone: _____ Fax: _____ E-Mail: _____		2. Blanket Period: YYYY MM DD YYYY MM DD From: ____/____/____/ To: ____/____/____/			
3. Producer's Name and Address: Telephone: _____ Fax: _____ E-Mail: _____		4. Importer's Name and Address: Telephone: _____ Fax: _____ E-Mail: _____			
5. Description of Good(s)	6. HS Tariff Classification	7. Preference Criterion	8. Producer	9. Value Test	10. Country of Il. <input type="radio"/>
11. Reference Number:					
12. Observations:					
13. I certify that: - The information in this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document. - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this Certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certificate. - The goods originate in the territory of one or both Parties and comply with the origin requirements specified for those goods in the Canada – Peru Free Trade Agreement. This Certificate consists of _____ pages, including all attachments.					
Authorized signature:			Company:		
Name:			Title:		
YYYY MM DD Date: -----/-----/-----			Telephone: _____		Fax: _____ E-Mail: _____

Instructions for Completing the Certificate of Origin

For purposes of obtaining preferential tariff treatment, this document must be completed legibly and in full by the exporter and be in the possession of the importer at the time the declaration is made. This document may also be completed voluntarily by the producer for use by the exporter. Please print or type. If more space is needed, please use additional pages.

- Field 1: State the full legal name, address (including city and country), telephone number, fax number and e-mail address of the exporter.
- Field 2: Complete this Field if the Certificate covers multiple shipments of identical goods as described in Field 5 that are imported into Canada or Peru for a specified period of up to 12 months (blanket period). "FROM" is the date upon which the Certificate becomes applicable to the good covered by the blanket Certificate (it may be earlier than the date this Certificate is signed). "TO" is the date upon which the blanket period expires. The importation of a good for which preferential tariff treatment is claimed based on this Certificate must occur between these dates
- Field 3: If one producer, state the full legal name, address (including city and country), telephone number, fax number and e-mail address, of said producer. If more than one producer is included on the Certificate, state "VARIOUS" and attach a list of all producers, including their legal names, addresses (including city and country), telephone numbers, fax numbers and e-mail addresses, cross-referenced to the good(s) described in Field 5. If you wish this information to be confidential, it is acceptable to state "AVAILABLE TO AUTHORITY UPON REQUEST".
- Field 4: State the full legal name, address (including city and country), telephone number, fax number and e-mail address of the importer.
- Field 5: Provide a full description of each good. The description should contain sufficient detail to relate it to the invoice description and to the Harmonized System (HS) description of the good. If the Certificate covers a single shipment of a good, it should list the quantity and unit of measurement of each good, including the series number, if possible.
- Field 6: For each good described in Field 5, identify the HS tariff classification to six digits.
- Field 7: For each good described in Field 5, state which criterion (A through D) is applicable. The rules of origin are contained in Chapter Three (Rules of Origin) and Annex 301 (Specific Rules of Origin). NOTE: In order to be entitled to preferential tariff treatment, each good must meet at least one of the criteria below.

III. Preference Criteria

- A** The good is "wholly obtained or produced entirely" in the territory of one or both of the Parties, as referred to in Article 318 NOTE: The purchase of a good in the territory does not necessarily render it "wholly obtained or produced entirely". (*Reference: Articles 301(a) and 318*)
- B** The good is produced entirely in the territory of one or both of the Parties and satisfies the product specific rule of origin, set out in Annex 301 that applies to its tariff classification. The rule may include a change in tariff classification or a change in tariff classification plus a value test. The good must also satisfy all other applicable requirements of Chapter Three (*Reference: Article 301(b)*).
- C** The good is produced entirely in the territory of one or both of the Parties exclusively from originating materials. Under this criterion, one or more of the materials may not fall within the definition of "wholly obtained or produced entirely", as set out in Article 318. All materials used in the production of the good must qualify as 'originating' by meeting the rules of origin of Article 301 (a) through (d). (*Reference: Article 301(c)*)
- D** The good is produced entirely in the territory of one or both of the Parties but does not meet the applicable rule of origin, set out in Annex 301 because certain non-originating materials do not undergo the required change in tariff classification. The good does nonetheless satisfy the value test specified in Article 301(d). This criterion is limited to the following circumstance: the good incorporates one or more non-originating materials which cannot undergo a change in tariff classification because both the good and the non-originating materials are classified in the same subheading, or heading that is not further subdivided into subheadings.

NOTE: This criterion does not apply to goods of Chapters 01 through 21, headings 39.01 through 39.15 or Chapters 50 through 63 of the HS. (*Reference: Article 301(d)*).

- Field 8: For each good described in Field 5, state "YES" if you are the producer of the good. If you are not the producer of the good, state "NO" followed by (1), (2) or (3), depending on whether this Certificate was based upon:
(1) your knowledge of whether the good qualifies as an originating good;
(2) your reliance on the producer's written representation (other than a Certificate of Origin) that the good qualifies as an originating good; or
(3) a completed and signed Certificate for the good voluntarily provided to the exporter by the producer.
- Field 9: For each good described in Field 5, where the good is subject to a value test, indicate "NC" if the value test is based on the net cost or "TV" if the value test is based on the transaction value. If the value test is based on the net cost of the good over a period of time, further identify the beginning and ending dates (YYYY/MM/DD) of that period. (*Reference: Article 303*)
- Field 10: Identify the name of the country of origin ("PE" for all originating goods exported to Canada; "CA" for all originating goods exported to Peru).

- Field 11: If the Certificate covers a single shipment of a good, list the invoice number as shown on the commercial invoice. If not known, indicate another unique reference number, such as the purchase order number, shipping order number or any other number that can be used to identify the goods.
- Field 12: This Field may be used when there is some observation relating to this Certificate, such as, when the good or goods described in Field 5 have been subject to an advance ruling or a ruling on the classification or value of materials. Indicate the issuing authority, the reference number, and the date of issuance.
- Field 13: This Field must be completed, signed and dated by the exporter. When the Certificate is completed by the producer for use by the exporter, it must be completed, signed and dated by the producer. The date must be the date the Certificate was completed and signed.

ANEXO N°5. FOTOS













ANEXO N°6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR
ASOCIATIVIDAD	Estrategia colectiva de carácter voluntario por parte de cada uno de los participantes, para poder alcanzar aquella ventaja competitiva en el mercado, incrementando las oportunidades de crecimiento individual y colectivo (Fanzo & Rubio, 2016)	Confianza	Credibilidad
			Respeto
			Imparcialidad
		Cooperación	Comunicación
			Monitoreo
			Compromiso
			Responsabilidad
		Liderazgo	Integración de equipo
			Motivación
			Enseñanza
			Carisma
		EXPORTACIÓN	Las exportaciones según la ciencia económica es cualquier bien o servicio que es enviado de un país a otra parte del mundo. Se trata de una comercialización que va más allá de las fronteras arancelarias (Bustamante, 2017).
Exportador			
Agente de Exportación			
Gestión de Exportación			
Crecimiento			
Económico			
Productividad			
Volumen de ventas	Factor Económico		
	Precio		
	Población		
Cotizaciones	Demanda		
	Cantidad		
	Descuentos		
	Monedas		
	Calidad		
Contacto			

Fuente: elaboración propia

ANEXON°7 PROTOTIPO DEL ENVASE PARA LA EXPORTACIÓN AL MERCADO DE CANADÁ

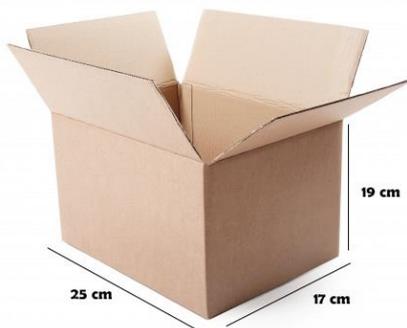
- Bolsa de yute con abre fácil



- Etiquetado del producto



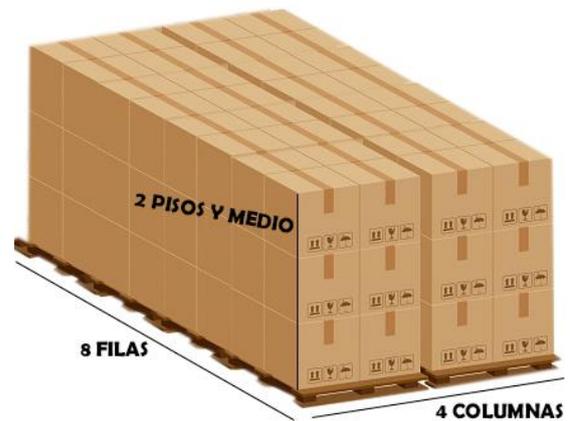
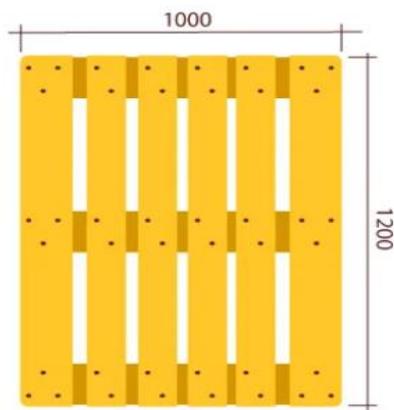
- Caja de Cartón corrugado para la exportación.



- **Cinta stretch**



- **Palet de 120cm X 100cm**



- **Largo y Ancho del Contenedor DRY General DV de 20 pies**

