



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LA ASOCIATIVIDAD COMO DETERMINANTE DE LA
INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS
PRODUCTORES DE FRUTAS – CASO: ASOCIACIÓN
PALPA-HUARAL, 2020**

**PRESENTADA POR
MISHELL LUCERO UBALDO CANO**

**ASESORA
LILIANA QUIPUZCO CHICATA**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA - PERÚ

2021



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**LA ASOCIATIVIDAD COMO DETERMINANTE DE LA INTENCIÓN DE
INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE FRUTAS –
CASO: ASOCIACIÓN PALPA-HUARAL, 2020**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR

MISHELL LUCERO UBALDO CANO

ASESORA:

Mg. LILIANA QUIPUZCO CHICATA

LIMA – PERÚ

2021

Este trabajo está dedicado a mis abuelos y mi madre quienes siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo incondicional lo cual me ha permitido desarrollarme como persona y también como buena profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por guiarme y acompañarme a lo largo de mi carrera, por representar esa fuerza en mis momentos débiles y por brindarme una vida llena de experiencias y alegrías.

A mi abuela por apoyarme en todo momento, por los valores que me ha inculcado, a mi madre por haberme dado la oportunidad de tener una buena educación en el transcurso de mi vida y por ser un gran ejemplo a seguir.

A mi pequeña familia por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar.

A Víctor, por formar parte de mi vida, por haberme apoyado en las buenas y malas decisiones que pude haber tomado, pero sobre todo por su paciencia y amor incondicional.

A mi asesora Liliana Quipuzco quien me brindo su confianza, su tiempo y sus ganas de querer apoyarme.

Finalmente, agradezco a mi abuelo Teodoro que, aunque ya no se encuentre conmigo físicamente, siempre estará presente en mi corazón. A él por haber creído en mí hasta el último momento, por siempre aconsejarme y haber sido como un padre.

INDICE

RESUMEN	10
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	24
1.1 Antecedentes de la investigación	24
1.1.1 Tesis Nacionales	24
1.1.2 Tesis Internacionales.....	33
1.2 Bases Teóricas	41
2.2.1 Definición de Asociatividad	41
2.2.2 Tipos de Asociatividad	45
2.2.3 Tipos de Asociatividad en el Perú	51
1.2.1 Etapas de un proceso Asociativo	57
1.2.2 Factores que facilitan y obstaculizan la formación de una Asociatividad	58
1.2.3 Ventajas de una Asociatividad.....	60
1.2.4 El rol del Estado en el proceso de Asociatividad.....	61
1.2.5 La Asociatividad: una estrategia de internacionalización para el productor	62
1.2.6 Internacionalización.....	64
1.2.7 Relación entre productividad e internacionalización.....	71
1.2.8 Competitividad e internacionalización	74
1.2.9 Implicancias del Financiamiento en la Internacionalización	76
1.2.10 Provincia de Huaral	77
1.2.11 Definición de términos básicos.....	84

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	87
2.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas	87
2.1.1 Hipótesis Principal.....	87
2.1.2 Hipótesis derivadas.....	87
2.2 Variables y definición operacional	87
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....	89
3.1 Diseño metodológico	89
3.2 Diseño Muestral	90
3.2.1 Población	90
3.2.2 Muestra	90
3.3 Técnicas de recolección de datos	90
3.3.1 Confiabilidad y validez del instrumento.....	95
3.3.1.1 Confiabilidad del instrumento	95
3.3.1.2 Validez del instrumento	97
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de información.....	98
3.5 Aspectos éticos.....	99
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	100
4.1 Resultados de la investigación	100
4.2 Descripción de la muestra.....	104
4.3 Análisis y codificación de datos	104
4.3.1 Encuesta	104
4.3.2 Análisis Descriptivo.....	104
4.3.3 Análisis Inferencial.....	117

4.4	Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis.....	127
4.4.1	Contrastación de Primera Hipótesis Específica	128
4.4.2	Contrastación de Segunda Hipótesis Específica.....	128
4.4.3	Contrastación de Tercera Hipótesis Específica	129
4.4.4	Contrastación de la Hipótesis General.....	130
	CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	131
5.1	Discusión de resultados.....	131
5.1.1	Discusión de resultados de la Hipótesis Específica 1	131
5.1.2	Discusión de resultados de la Hipótesis Específica 2:.....	133
5.1.3	Discusión de resultados de la Hipótesis Específica 3:.....	136
5.1.4	Discusión de resultados de la Hipótesis General:.....	138
	CONCLUSIONES.....	146
	RECOMENDACIONES	148
	REFERENCIAS	150
	ANEXOS.....	162
	Anexo 1: Matriz de consistencia	162
	Anexo 2: Matrices de operacionalización de variable	164
	Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos.....	166
	Anexo 4: Validación de expertos	175
	Anexo 5: Gráficos no paramétricos.....	184
	Anexo 6: Matriz de Codificación.....	189

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definiciones de Asociatividad.....	42
Tabla 2: Semejanzas y diferencias entre los modelos.....	52
Tabla 3: Unidades agropecuarias	53
Tabla 4: Tipos de asociaciones en el Perú	55
Tabla 5: Etapas de la Asociatividad.....	58
Tabla 6: Factores que facilitan y obstaculizan la formación de un Asociatividad.....	59
Tabla 7: Perspectivas de las Teorías de la Internacionalización.....	65
Tabla 8: Obstáculos internos y externos de la internacionalización	68
Tabla 9: Tabla de Asociaciones de Huaral	81
Tabla 10: Cantidad exportada en KG.....	82
Tabla 11: Operacionalización de la Variable 1 (Asociatividad).....	88
Tabla 12: Operacionalización de la variable 2 (Intención de internacionalización).....	88
Tabla 13: Tabla de Ítems para la Dimensión Productividad.....	92
Tabla 14: Tabla de Ítems para la Dimensión Competitividad	93
Tabla 15: Tabla de Ítems para la Dimensión Financiamiento	93
Tabla 16: Tabla de Ítems para la Variable 2 (Intención de internacionalización)	94
Tabla 17: Rangos de Confiabilidad.....	95
Tabla 18: Resumen de procesamiento de datos	96
Tabla 19: Estadística de Fiabilidad – Alfa de Cronbach.....	96
Tabla 20: Estadísticas de Fiabilidad	97
Tabla 21: Validadores del instrumento	98
Tabla 22: Participación de los encuestados	100

Tabla 23: Características Demográficas de los encuestados.....	101
Tabla 24: Situación Actual y Proyección de los Asociados (n=41)	102
Tabla 25: Dimensión 1 - Productividad.....	105
Tabla 26: Dimensión 2 - Competitividad.....	108
Tabla 27: Dimensión 3 - Financiamiento.....	111
Tabla 28: Variable 2 – Intención de Internacionalización.	114
Tabla 29: Prueba de Normalidad	117
Tabla 30: Análisis Descriptivo Estadístico.....	126
Tabla 31: Grado de Relación según coeficiente de Correlación de Spearman.....	127
Tabla 32: Correlación de Hipótesis.....	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipos de Asociatividad Empresarial.....	46
Figura 2: Cadena productiva, proceso por el cual un producto llega a manos del cliente.....	47
Figura 3: Cadena de Valor: Modelo de Porter	49
Figura 4: Resumen de beneficios de la asociatividad	61
Figura 5: Objetivos de la Internacionalización.....	67
Figura 6: Distritos de la provincia de Huaral.....	78
Figura 7: Dimensión 1-Productividad.....	107
Figura 8: Dimensión 2 – Competitividad.....	110
Figura 9: Dimensión 3 - Financiamiento	113

Figura 10: Variable 2 – Intención de Internacionalización.....	116
Figura 11: Histograma de ASOCIATIVIDAD	118
Figura 12: A. Gráfico Q-Q normal de ASOCIATIVIDAD	119
Figura 13: Histograma de PRODUCTIVIDAD.....	120
Figura 14: A. Gráfico Q-Q normal de PRODUCTIVIDAD.....	120
Figura 15: Histograma de COMPETITIVIDAD	121
Figura 16: A. Gráfico Q-Q normal de COMPETITIVIDAD	122
Figura 17: Histograma de FINANCIAMIENTO.....	123
Figura 18: A. Gráfico Q-Q normal de Financiamiento.....	123
Figura 19: Histograma de INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN	124
Figura 20: A. Gráfico Q-Q normal de INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN	125
Figura 21: Gráfico Q-Q normal sin tendencias.....	184
Figura 22: Gráfico de cajas o de bigotes.....	184
Figura 23: Gráfico Q-Q normal sin tendencias.....	185
Figura 24: Gráfico de cajas o de bigotes.....	185
Figura 25: Gráfico Q-Q normal sin tendencias.....	186
Figura 26: Gráfico de cajas o de bigotes.....	186
Figura 27: Gráfico Q-Q normal sin tendencias.....	187
Figura 28: Gráfico de cajas o de bigotes.....	187
Figura 29: Gráfico Q-Q normal sin tendencias.....	188
Figura 30: Gráfico de cajas o de bigotes.....	188

RESUMEN

En el Perú y el mundo se presentan cambios importantes en el entorno empresarial, económico y de comercio internacional, a consecuencia de la globalización. Esto, en los últimos años para el Perú, ha significado un proceso de liberación de movimiento de capitales, bienes y servicios que ha permitido que entre el año 2008 y 2018 las exportaciones tradicionales y no tradicionales crecieran un 70% (El Comercio, 2019). Ello ha exigido a pequeños(as) productores y/o empresas a buscar nuevos mecanismos para adaptarse a estos cambios, debido a que se encuentran más expuestos a una alta competitividad y un posible aislamiento del mercado.

Huaral es una provincia costera que se encuentra al norte de Lima y es una de las principales zonas productoras de fruta. Una de sus principales actividades económicas es la agroexportación, realizada por ciertos productores rurales de la zona. Empero, existen productores que no realizan esta actividad y, por ende, no gozan de mayores ganancias debido a su falta de conocimiento y a su incapacidad de asociarse.

En la presente investigación se determina si existe relación entre la asociatividad y su intención de internacionalización. Se empleó un diseño cuantitativo de tipo correlacional-descriptivo, aplicando un cuestionario estructurado de 54 preguntas a una muestra de 41 productores de fruta de la “Asociación Palpa-Huaral”. Se encontró una correlación positiva media de 0,233 de acuerdo a Rho de Spearman, confirmándose la relación entre la asociatividad y la intención de internacionalización de la asociación en estudio. Se concluye que, la productividad, la

competitividad y el financiamiento tienen una correlación positiva media con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral.

Palabras clave: Asociatividad, intención de internacionalización, competitividad, productividad, financiamiento, agroexportación, Huaral.

ABSTRACT

In Peru and the world there are important changes in the business, economic and international trade environment, as a result of globalization. This, in recent years for Peru, has meant a process of freeing the movement of capital, goods and services that has allowed traditional and non-traditional exports to grow by 70% between 2008 and 2018 (El Comercio, 2019). This has required small producers and / or companies to seek new mechanisms to adapt to these changes, because they are more exposed to high competitiveness and possible isolation from the market.

Huaral is a coastal province located north of Lima and is one of the main fruit producing areas. One of its main economic activities is agro-exports, carried out by certain rural producers in the area. However, there are producers who do not carry out this activity and, therefore, do not enjoy higher profits due to their lack of knowledge and their inability to associate.

In this research it is determined if there is a relationship between associativity and its intention to internationalize. A correlational-descriptive quantitative design was used, applying a structured questionnaire of 54 questions to a sample of 41 fruit producers from the “Palpa-Huaral Association”. A mean positive correlation of 0.233 was found according to Spearman's Rho, confirming the relationship between associativity and the intention to internationalize the association under study. It is concluded that productivity, competitiveness and financing have a medium positive correlation with the intention of internationalization of the fruit producers of the Palpa-Huaral Association. Keywords: Associativity, intention of internationalization, competitiveness, productivity, financing, agro-export, Huaral.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la globalización es un fenómeno que desencadena procesos políticos, culturales, económicos y tecnológicos a gran escala. Por esta razón, en pleno proceso de cambio, las organizaciones apuestan a conquistar nuevos mercados a través de la internacionalización. Como consecuencia de este fenómeno, el ser competitivos, el reorientar las relaciones y las ventas al consumidor depende de un cambio en las estructuras de los negocios, puesto que las organizaciones se ven en la necesidad de adecuarse a las nuevas preferencias de los consumidores (Bustamante,2017).

Estos cambios, traen consigo reformas en las preferencias del comercio y/o negocio y en la demanda de los consumidores, que están mostrando diferentes tendencias a una alta exigencia en lo que se refiere a los productos que adquieren. Los consumidores cuentan con todo tipo de acceso a diferentes plataformas presenciales como implícitas(virtuales), de donde obtienen información referente al objeto de su necesidad o deseo, lo cual genera que los negocios en general innoven continuamente para satisfacer a sus clientes (Bazán, 2013).

Ante lo mencionado, surgen condiciones impuestas por la competitividad global, mercados exigentes, producción y comercialización a gran escala. Es así que nace la necesidad de adoptar nuevos modelos de gestión empresarial, implantando nuevas tácticas o estrategias que permitan desarrollar ventajas competitivas para conseguir un mejor posicionamiento en mercados internacionales. Esto resulta comúnmente complejo para pequeños productores agrícolas, ya que

muestran ciertas debilidades que los llevan a perder oportunidades de negocios que garanticen su desarrollo sostenible en un mercado globalizado (Ferrando, 2015).

El Perú no está exento a estos cambios globales, puesto que al ser una economía emergente se encuentra en la mirada de potencias mundiales y grandes inversores que buscan negocios a gran escala para invertir su capital. Para ello, es necesario que el Perú mantenga buenos indicadores como es principalmente el de la competitividad que para el 2019 fue de 61,66 %, encontrándose en el puesto 65 en un ranking mundial (Expansion, 2019).

El Perú y su comercio internacional está representado en su mayor porcentaje por parte del sector agrícola, el cual seguirá siendo un impulso a la economía del Perú (Banco Mundial, 2018). El aporte del PBI (Producto Bruto Interno) a la agricultura peruana es más alto que lo comúnmente medido, un 7,3% del valor agregado peruano a actividades de producción primaria. Esto, denota que existe una diversificación en la economía, que reduce la dependencia de las distintas industrias extractivas no renovables y reduce la pobreza (Rodríguez, A., 2018).

La agricultura peruana está conformada por familias rurales que representan el 97% (más 2.2 millones de unidades agropecuarias) concentradas en la sierra, a la cual le sigue la costa y la selva. Este sector aún enfrenta dificultades relacionadas al aspecto económico, social y productivo que limita su desarrollo en la competitividad y la sostenibilidad. Ello se ve reflejado en la pobreza rural de la sierra que para el 2019 fue 49%, debido al poco acceso a un capital de trabajo, vías de comunicación, innovaciones agrarias o gremios agrarios que aún siguen siendo débiles. Un 58% de los agricultores no destinan su producción al mercado ya que son vulnerables a los efectos de

la globalización como la volatilidad de precios, la seguridad alimentaria y el cambio climático (Instituto Crecer, 2019). La costa peruana está representada por un 20% de regiones del norte y del sur de Lima que intervienen activamente en el comercio exterior. Estas regiones exportaron más de US\$ 500 millones en el primer cuatrimestre del año 2018 (MINCETUR, 2018).

En septiembre del año 2019, la producción agropecuaria mostró un aumento del 0.87% con respecto al año anterior, debido a una mayor producción pecuaria, que registro altos volúmenes de producción de hortalizas, frutos, legumbre y cereales. Un último reporte de la encuesta realizada a pequeños y medianos productores en el año 2015. El 75,7% de ellos representó la actividad agrícola y pecuaria, el 17,8% solo la actividad Agrícola y un 3,9% la pecuaria (Instituto Nacional de Estadística e informática, 2019). En el año 2018, alrededor de 9,7 millones de empresas participaron de la economía peruana, donde un 75% fue representado por el sector informal y 25% por el sector formal. Ello indica que, el Estado aún tiene trabajo por realizar para disminuir este porcentaje de informalidad que produce la pérdida de ventajas como el acceso a créditos y la capacidad de acceder a mercados internacionales. Dentro de la informalidad, el sector agropecuario representó una mayor participación con 33,1% correspondiente a 2,4 millones de productores que tienen baja productividad (Peñaranda, 2019).

Una debilidad que aún existe nuestro país es la falta de importancia en aquellas pequeñas asociaciones conformadas por pequeños productores formales e informales que existen en diferentes regiones del Perú. Es importante que los gobiernos regionales y locales promuevan la reunión de estos productores agrarios, donde puedan reconocer y estructurar cadenas productivas que puedan cumplir con estándares de calidad para una mejor orientación al desarrollo de nuevos

mercados. La organización de estos productores involucra elevar el nivel de competitividad del sector agrario en el marco de un llamado al desarrollo sostenible, para lo cual es necesario contar con promotores públicos y privados (MINAGRI, 2016). De acuerdo a la guía para promoción de la Asociatividad empresarial rural para el acceso al mercado elaborado en el 2014 por el MINAGRI (Ministerio de Agricultura y Riego). En el país existen la pequeña y mediana agricultura, las cuales enfrentan un conjunto de limitaciones que les impide mejorar sus condiciones de acceso a los mercados internacionales. Estos poseen capacidad débil, informalidad y falta de estructura en la distribución, falta de comercialización, de calidad, de recursos financieros o no financieros o también la falta de innovación para sus productos (MINAGRI, 2014). Esto ocurre más que todo en un contexto donde se localizan los pequeños y medianos productores agrarios con bajo nivel de empleabilidad e ingresos bajos, inseguridad alimentaria, creciente presión por los efectos del cambio climático sobre la agricultura, el ambiente y medioambiente y sus recursos naturales (Velazco y Velazco, s.f.).

El desarrollo de estas asociaciones implica poseer conocimiento suficiente acerca de lo que sucede en el mundo, ya que en su mayoría aquellos importantes agentes privados dentro de la internacionalización de estas asociaciones provienen del exterior. En el Perú, la gran mayoría de los productos exportados y comercializados provienen de pequeños agricultores y productores de distintas provincias y regiones del país, exportaciones que han ido incrementándose debido al aumento de la gran demanda internacional.

Como menciona MINCETUR (2018), el comercio exterior peruano sigue creciendo dinámicamente con un 19,8% y 15,1% entre enero – abril 2018. Esto debido a las exportaciones

que crecieron un 17,7% en el rango de enero – abril, siendo la exportación no tradicional la trascendente con un +26,7% en los primeros cuatrimestres del 2018; liderada con un 20% de productos agroindustriales. Este crecimiento se vio impulsado por el aumento de oferta exportable de frutas. Esta oferta exportable está siendo destinada principalmente a países asiáticos, los cuales conforman una gran demanda potencial la cual asciende a US\$ 7,237 millones, destacando países principales como Corea del Sur, India y Japón.

Ciertamente cerca de la capital Lima se encuentra una provincia llamada Huaral, la cual alberga a miles de pequeños y medianos productores que poseen centenas de hectáreas donde siembran diferentes tipos de frutas, verduras, tubérculos entre otros. Estos que luego son distribuidas a los diferentes centros de abastos de Lima Metropolitana y otros destinados a la exportación. Esta provincia cuenta con gran potencial para el sector agroexportador, exportaciones que derivan de asociaciones legalmente formalizadas y de otras asociaciones que son informales y están compuestas por pequeños productores.

Según MINCETUR (2019), en el Plan Regional Exportador Huaral, esta provincia tiene una superficie agrícola de 167 725 hectáreas, de las cuales han sido utilizadas solo 23 614 hectáreas. Ello representa solo un 9% de la tierra utilizada para la siembra de frutas destacadas como: manzanas, mandarinas, fresas, paltas, sandías, plátanos, mangos, naranjas, maracuyás, melocotones entre otras frutas. Por tanto, esta parte de la región de Lima posee un gran potencial para poder explotar sus tierras, aplicando un correcto desarrollo sostenible y sustentable a largo plazo. Además, esta provincia es competente ya que tiene una alta cantidad de hectáreas de siembra y distintos tipos de tierra que son aptas para los cultivos de frutales, que sirven para abastecer una

alta demanda internacional. La mayoría de las familias en Huaral se dedica a la agricultura, cultivando en hectáreas de pocos metros cuadrados, lo cual ha sido interpretado como una traba para el desarrollo económico de esta provincia. Para las entidades financieras no es rentable poseer pocas hectáreas de cultivo para generar economías de escala. Sin embargo, en los últimos años, debido al gran avance tecnológico y el desarrollo de actividades económicas en esta provincia, ha colocado en duda que el tamaño de la tierra o en este caso la propiedad agraria de los mismos productores sea un limitante infranqueable para su desarrollo (Municipalidad Provincial de Huaral, 2011).

En Huaral existen asociaciones de productores o agricultores formales e informales que abastecen una producción dirigida a la exportación y al comercio nacional. Algunos de ellos aún no han sido incorporados a estas asociaciones debido a la falta de cumplimiento de estándares de calidad, los cuales desconocen por falta de información y que a su vez tienen que cumplir. Sumado a ello, la dependencia de grandes empresas que principalmente buscan de estos productores explotar su gran producción (Municipalidad Provincial de Huaral, 2011). Es, así pues, que en esta provincia aún existe la ausencia de autoridades que defiendan y protejan los derechos de estos productores y aún más importante la ausencia de información primordial que favorecería a que ellos se animen a dar un gran salto como es el de su internacionalización.

El Perú no ha sido ajeno a la globalización ya que actualmente se han ido firmando y negociando distintos Acuerdos Comerciales o Tratados de Libre Comercio (TLC). Estos plantean y exigen que se cumplan diferentes patrones como por ejemplo una producción transparente que aporte con el cuidado de la salud de los ciudadanos y un desarrollo sostenible al medio ambiente. Los TLC han

abierto miles de puertas hacia el mercado extranjero para pequeños, medianos y grandes productores que desean exportar sus productos y desarrollar su internacionalización.

Son pocos productores que han estudiado o tienen alguna vaga información acerca de la internacionalización, comercialización, exportación de productos al mercado internacional o acerca del cumplimiento de normas de calidad. Del mismo modo, pocos productores han recibido apoyo por parte del Estado o entidades privadas. En ocasiones, se presentan casos donde los productores tienen el temor de salir de su zona de confort, unos que otros de manera individual buscan y piden ayuda a los gobiernos regionales. Sin embargo, estos últimos no les toman importancia debido a que muchas veces el presentarse individualmente ante las autoridades es complicado para ellos (MINAGRI, 2014). Por lo contrario, si a estos productores se les presentase la idea de exponerse en conjunto sería muy diferente, ya que como comúnmente se dice que “la unión hace la fuerza”. Es por ello que, surge la importancia de tocar el tema de la asociatividad, que pueden formar o integrar estos productores.

Clever (2010), sostiene que la asociatividad es una estrategia encaminada a fortalecer el logro de las ventajas competitivas que puede adquirir una empresa a través de la realización de alianzas con otras empresas. Más claramente, mediante la asociatividad no solo se busca que las autoridades de gobierno los tomen en cuenta, sino también se busca el incremento de la productividad y formar parte de las denominadas economías de escala. En general, los productores al establecer estas asociaciones deben aprovechar las oportunidades que se les puedan presentar conjuntamente. Al formarse un gran conjunto de productores, se puede llegar a cumplir con las nuevas exigencias del

mercado. Estos pequeños productores obtendrían mejor posicionamiento de mercado, lo cual elevaría la competitividad que los motive cada vez a mejorar sus procesos productivos.

Se debe de tener en cuenta que durante la formalización de la asociatividad pueden surgir inconvenientes, como la búsqueda de intereses personales, lo que ocasionaría conflictos entre los mismos productores. Estos pueden afectar no solo a un productor sino a todos que los conforman la asociación. Es por ello que deben llegar a comprender que con un trabajo conjunto pueden lograr y cumplir sus objetivos trazados. Esta asociatividad servirá como un recurso por el cual ellos puedan llegar a internacionalizarse y posicionar sus productos en los diferentes mercados del mundo (Andrade, 2013). Asimismo, al momento de estar formadas estas asociaciones, surgirá la necesidad de buscar entidades privadas u organizaciones que los apoyen mediante inversiones, que mejoren sus procesos de producción y que agreguen valor a su cadena de suministro. Es por ello, que en esta investigación se darán a conocer ciertas afirmaciones necesarias para que la formación de una asociación sea un medio para que los productores puedan internacionalizarse. Esto a través de una mayor productividad, altos ingresos que mejoren su calidad de vida, aprovechamiento de oportunidades que se les pueda presentar durante su formación como una asociación (Baquero,2012).

Según lo expuesto, el problema general de la presente investigación es el siguiente: ¿Existe relación entre la Asociatividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020?

De acuerdo a ello, el objetivo principal es: Determinar la relación entre la asociatividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020. Asimismo, los objetivos específicos son: (1) Establecer la relación de la productividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020. (2) Determinar la relación de la competitividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020. (3) Establecer la relación del financiamiento y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

La presente investigación toma importancia ya que en esta se ratificará lo deliberado en distintas investigaciones que la anteponen. Se generará un nuevo conocimiento basado en hechos reales para aquellas personas que aún desconocen del presente tema de investigación, que en ocasiones son los mismos productores de frutas que se encuentran muy alejados de la ciudad y no tienen apoyo del Estado. Gracias a esta investigación los productores que aún no forman parte de una asociación tendrán el deseo de formar parte de una, obteniendo mayores beneficios y oportunidades en conjunto con otros productores para el logro de su internacionalización.

Por otro lado, los beneficiados con la investigación serán los estudiantes universitarios que en la actualidad poseen pequeños negocios o emprendimientos de distintos rubros económicos los cuales tienen éxito, pero también en el camino fracasan por falta de información. Con este trabajo de investigación podrán tener más conocimiento sobre la formación de una asociación, el tipo de asociación al cual se pueden adecuar mejor. Todo ello con el fin de reforzar ideas de negocios, así como también los ayudará en sus investigaciones que realicen a lo largo de su carrera profesional.

La presente investigación cuenta con el suficiente acceso de información primaria (libros, artículos académicos y publicaciones en línea) de servidores como Google Academic, Ebsco Host y Proquest Central. Los accesos a los servidores fueron brindados por la Biblioteca Virtual de la Universidad San Martín de Porres. Los trabajos de investigación citados, como tesis de pregrado y posgrado, fueron obtenidos de la plataforma RENATI (Registro Nacional de Trabajos de Investigación), además de bibliotecas virtuales de las diferentes universidades del Perú.

El estudio poblacional fue realizado a los productores de fruta formales e informales que pertenezcan a la Asociación en estudio, la “Asociación Palpa-Huaral”. Al realizar la investigación no se alteró ni realizó ningún daño a los principales actores, la comunidad, ni su ambiente. Por lo contrario, la finalidad será la de afirmar que la asociatividad guarda relación con la internacionalización.

Esta investigación se efectuó el año 2020, en la provincia de Huaral. El trabajo de campo se realizó tomando las medidas de seguridad necesarias de acuerdo a la situación coyuntural (pandemia de la COVID-19). Se realizó un levantamiento y actualización de la información en base a referencias bibliográficas. Del mismo modo, se viajó a la provincia de Huaral donde se encuestó a los productores. La disponibilidad del tiempo estuvo dentro de un rango en el que los productores pudieron responder y marcar adecuadamente las encuestas. Las preguntas fueron elaboradas a una escala de Likert y de ejecución inmediata. Los recursos financieros utilizados para realizar la investigación fueron provistos por la tesista y consistieron en gastos de movilidad, alimentación, materiales (lápices e impresiones) y elementos de bioseguridad (protector facial, guantes, alcohol y mascarillas protectoras).

Para concluir, en el capítulo I se presentan los antecedentes nacionales e internacionales que dan a conocer los estudios previos relacionados al tema, la descripción de los fundamentos teóricos que permitirán un mejor entendimiento de la investigación. En el capítulo II se presentan las hipótesis (principal y derivadas), las variables y dimensiones del estudio; así como la definición operacional de cada una de ellas. En el capítulo III se muestra la metodología, el diseño, la población y muestra con la que se trabajó, los instrumentos y procedimientos para el análisis de los datos. En el capítulo IV se encuentran los resultados obtenidos del trabajo de campo, el cuestionario; permitiendo así generar nuevos resultados y sostener las hipótesis planteadas. Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones; además de anexar la matriz de consistencia, la operacionalización de las variables y otras matrices que se fueron desarrollando al inicio, durante y después del trabajo.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Tesis Nacionales

En el ámbito nacional actualmente existen asociaciones que agrupan productores que tienen la intención internacionalizarse; sin embargo, algunas de ellas no son formales ni apoyadas por entidades públicas o privadas. Estas asociaciones integran a pequeños productores que siembran y producen distintos alimentos para su consumo propio y/o para el mercado local.

Para la realización de esta tesis fue necesaria la revisión de diferentes trabajos previos, tanto teóricos como empíricos. Los cuáles serán citados a continuación:

Canaza (2014) menciona en su tesis "La Asociatividad de Productores Rurales una herramienta para la Oferta Exportable de Quinoa – Cabana 2014" que una Asociación se convierte en una herramienta indispensable para elevar la oferta exportable de la quinoa. Para el desarrollo de la investigación utilizó instrumentos como la observación directa, la guía de entrevista y la encuesta. Su muestra estuvo conformada por 218 productores rurales asociados y productores de la cooperativa COOPAIN, del Distrito de Cabana. Obtuvo como resultado que el 43 % de los productores no asociados cree que el asociarse tiene beneficios para su producción; sin embargo, estos a su vez carecen de conocimientos organizacionales, de información, de acceso a tecnología y asistencia técnica. Asimismo, un 93% de los productores asociados piensa que el asociarse brinda facilidades de financiamiento y beneficios para su producción. Los productores asociados

mencionan que lograron obtener mayor volumen de producción con calidad estandarizada y cumplieron con requerimientos y/o estándares internacionales. El autor concluye que la asociatividad sirve como medio de cooperación a través del cual un productor junto con otros productores une fuerzas para dar frente a problemas derivados de la globalización. Cabe mencionar que los productores encuestados ya se encontraban realizando acciones de comercio exterior en el momento en el que se les realizó el estudio.

Correa y Guerrero (2016), en su tesis titulada “Asociatividad como estrategia de calzado en los productores del distrito del porvenir - Trujillo hacia el mercado de Bogotá - Colombia en el año 2017”. Mencionan la importancia de formar una asociatividad como vía de oportunidades para los productores del El Porvenir en Trujillo, permitiéndoles elevar ingresos, mejorar su posición en mercados internos y externos, desarrollarse de manera sostenible, tener precios competitivos, productos de calidad y una estructura competitiva y sólida. Las empresas que se asocian obtendrán tecnologías, financiamientos, procesos industriales, entre otros. El tipo de investigación fue descriptiva – cuantitativa, se utilizaron una muestra de 10 productores a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado, la observación y las guías de registro estructurada. Concluyeron que, la asociatividad es una elección viable y recomendable para incrementar la competitividad, para que se consoliden y trabajen en equipo. La asociatividad sirve como mecanismo de cooperación lo cual permite acceder a mayores oportunidades a nivel nacional e internacional. Cabe hacer hincapié que los productores encuestados no se encontraban realizando actividades de comercio exterior en el momento en el que se realizó el estudio.

Mendoza y Giraldo (2016) en su tesis titulada “La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana”, tienen como objetivo determinar la relación entre la internacionalización y la competitividad de pymes exportadoras, con el propósito de fomentar una mayor intervención comercial en el extranjero. Los autores mencionan que estas pymes no han tenido un incremento significativo en su producción debido a la falta de innovación, obstáculos financieros y falta de formación empresarial. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional y aplicaron una encuesta a 44 empresarios entre hombres y mujeres del subsector de confecciones de tejido de punto de algodón de Lima Metropolitana. Concluyen, que la innovación está altamente vinculada con la competitividad y la internacionalización, puesto que es una herramienta efectiva para conquistar mercados internacionales. Además, crea ventaja competitiva logrando la diferenciación con respecto a los competidores. Determina que, los recursos financieros de una compañía son importantes para el desarrollo de la internacionalización, es por ello que señala la importancia de realizar un plan estratégico financiero de cómo invertir los fondos y conseguirlos.

Quépuy (2016) en su tesis “Propuesta de alternativa de financiamiento para la asociación de artesanas, comunidad de Poma III, región Lambayeque, período 2014”, tiene como objetivo evaluar el impacto de las alternativas de financiamiento para promover la rentabilidad en la Asociación de Artesanos con Talento del distrito de Pitipo. La investigación fue no experimental y concluyó que el 80% de artesanas considera insuficiente los aportes que brindan el Fondo Ítalo Peruano y Caritas para elaborar prendas de algodón. Un 20% estuvo conforme con el financiamiento a pesar de carecer con maquinaria adecuada para elaborar sus prendas.

Carrasco e Ilman (2017) en su tesis titulada “Características de la Asociatividad de los productores de quinua orgánica del distrito de Chacachi – Cajabamba, para la exportación de bebidas nutraceuticas a la ciudad de Ámsterdam, 2017”, proponen constituir una asociación de productores que permita la exportación de bebidas nutraceuticas. La metodología fue descriptiva no experimental, aplicaron una entrevista a especialistas de la producción de quinua del Ministerio de Agricultura. Describen las características que se van formando dentro de la asociación como la reducción de costos, altos niveles de ingresos, acceso a procesos de cultivos novedosos de quinua, capacitaciones permanentes. Tiene como fin que a través de la asociatividad se asegure una oferta exportable que le permita a los productores un crecimiento sostenido a largo plazo. Finalmente, cabe resaltar que los productores encuestados no se encontraban realizando acciones de comercio exterior en el momento en el que se les realizó el estudio.

Choque (2017) en su tesis titulada “La asociatividad y su incidencia en la Internacionalización de las pymes agroindustriales “Apelay” y “Damnificados del 23 de junio” de Tacna, 2017”, tiene como objetivo determinar la incidencia de la asociatividad en la internacionalización de las pymes agroindustriales. Aplicó un cuestionario estructurado a 35 socios pertenecientes a las asociaciones, el tipo de investigación fue correlacional y transversal. Concluye que, la asociatividad influye en la internacionalización de las asociaciones, con un nivel de relación de 91.43% considerado “alto”, un 8.5% “medio” y ningún porcentaje para la categoría “bajo”. Determina que cinco de las dimensiones que analizo como son: Cultura organizacional, Calidad, Financiamiento, Volúmenes de Producción e Investigación de mercados, se relacionan directamente con la internacionalización. Cabe hacer hincapié que los productores encuestados no se encontraban realizando actividades de comercio exterior en el momento en el que se les realizó el estudio.

Algalobo y Pusee (2017) en su tesis “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de Olmos”, tienen como objetivo determinar que la asociatividad es el modelo adecuado que va a permitir el logro de la exportación de limo sùtil del distrito de Olmos. Los autores utilizan un enfoque cuantitativo, decriptivo y propositivo, sus datos fueron recolectados en base a la observación, la opinión técnica y especializada. Concluyen, que los productores ven a la irresponsabilidad, desconfianza, falta de cooperación e individualismo como obstáculos para la creación de una asociación. Asimismo, un 95% de productores estarían dispuestos a formar un modelo asociativo; sin embargo, mencionan que se deben realizar capacitaciones para concientizarlos y pasantías para generar compromiso, confianza y trabajo en equipo. Cabe resaltar, que los productores encuestados ya se encontraban realizando exportaciones en el momento en el que se realizó el estudio.

Orellana (2017) en su tesis titulada “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso Empresa Gómez Exportadores e Importadores S.A.C. – Chimbote, 2017”, su objetivo fue describir y determinar las características del financiamiento de la empresa en mención. La metodología utilizada fue cualitativa – descriptiva, realizó un cuestionario y recolecto datos realizando una comparación a los comentrarios. Concluyó que, el financiamiento que le fue otorgado a la empresa ayudó en el desarrollo de la empresa, ya que financio su actividad productiva a través de financiamientos de terceros, mientras que utiliza el capital de trabajo para la adquisición de mercaderías. Cabe precisar, que la empresa a la cual se le realizó el estudio ya se encontraba realizando exportaciones.

Delgado (2018) en su tesis titulada “Propuesta de modelo Asociativo para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales de aceituna de la Región de Tacna, 2016”, propone un modelo asociativo para la comercializar e internacionalizar pequeñas y medianas empresas de aceitunas. Delgado realiza un estudio no experimental relacional y propositivo a 50 empresarios en donde identifica 5 ejes que son: 1) Problemática, 2) Objetivos, 3) Clúster e internacionalización, 4) Factores de éxito y 5) Desafíos. Concluye mencionando que para los empresarios tacneños la asociatividad tipo clúster es la opción estratégica más apropiada para el sector olivícola para fines de internacionalización y comercialización. Finalmente, cabe resaltar que la pequeñas y medianas empresas ya se encontraban realizando acciones de comercio exterior.

Cueva y Quispe (2018) en su tesis “Modelo de asociatividad de pequeños productores de Frijol de Palo para la exportación al mercado de Panamá del distrito de Monsefú-Chiclayo, Trujillo 2018”, tienen como objetivo analizar el modelo de Asociatividad mas adecuado que le permita a pequeños productores exportar un producto con ventajas competitivas y asi poder internacionalizarse. Ellos mencionan que los productores se encontraban trabajando individualmente y que han enfrentado diversos inconvenientes, que ocasionalmente no han conseguido superar, ya que no cuentan con capacitación técnica lo cual debilita el desarrollo de sus procesos productivos. El tipo de investigación fue cualitativo-causal, aplicaron entrevistas y encuestas a los productores lo cual les ha permitido analizar la realidad de ellos, llevándolos a plantear un modelo asociativo para exportar su producto. Concluyen mencionando que un adecuado modelo de asociatividad para los pequeños productores permite una exportación al mercado de Panamá, elevar sus capacidades asociativas y participar con éxito en un mercado internacional. Cabe hacer hincapie, que los

productores encuestados no se encontraban realizando acciones de comercio exterior en el momento en el que se realizó el estudio.

Alva y Diestra (2018) en su tesis “La asociatividad como oportunidad para la exportación de Artesanía textil de Santiago de Chuco – 2018”, tienen como objetivo analizar las ventajas de una asociatividad como una oportunidad para que las artesanías textiles de Santiago de Chuco sean internacionalizadas a través de la exportación. La investigación es de tipo no experimental, transversal descriptivo, aplicaron una encuesta a 10 integrantes de la asociación la cual fue apoyada por una guía de observación. Ello permitió analizar las ventajas con las que ya contaba la asociación como su capacidad de producción, la calidad de su producto, la tecnicidad. Concluyen que la asociatividad representa una oportunidad para la exportación de su artesanía; sin embargo, se tienen que reforzar aspectos como la capacitación, la falta de información e implementos del producto. Cabe resaltar, que los productores encuestados no se encontraban realizando actividades de comercio exterior en el momento en el que se realizó el estudio.

Altamirano y Vivas (2018) en su tesis titulada “El financiamiento de comercio exterior y la influencia en el crecimiento de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas agroexportadoras del departamento de Lambayeque en el periodo 2010 – 2014”, tienen como objetivo determinar la influencia del financiamiento de comercio exterior en las exportaciones de las pymes agroexportadoras lambayecanas en el periodo 2010-2014. Plantean la hipótesis donde la influencia de las variables es positiva, utilizan el método cuantitativo de diseño descriptivo correlacional. Concluyen mencionando, que el financiamiento tiene una influencia significativa y directa con las exportaciones de las pymes agroexportadoras. Sus resultados muestran una

correlación de Pearson de 0.910 y recomiendan conservar un equilibrio del capital financiado, con su propio capital, para que así los pagos no se vuelvan insostenibles en un largo plazo.

Castro y Ulloa (2019) en su tesis titulada “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”, manifiestan que microempresarios peruanos de zonas rurales tienen escasos recursos informáticos y económicos para llegar a exportar sus productos a nivel internacional. Los autores buscan demostrar que la asociatividad de los artesanos es una estrategia que permite obtener ventajas competitivas. El alcance de su investigación fue descriptivo con diseño no experimental, utilizaron como instrumento un cuestionario y una entrevista, dirigida a una representante legal de la Asociación Anaconda. Concluyen, que la falta de conocimiento sobre exportación impide que los artesanos exporten sus productos, pero que; sin embargo, a través de la asociatividad pueden incrementar el nivel de su productividad, mejorar la calidad de sus productos, recibir apoyo del Estado, mejorar el precio de oferta en el mercado, para que así puedan competir en un mercado globalizado. Cabe hacer hincapié que los productores encuestados no se encontraban realizando actividades de comercio exterior en el momento en el que se les realizó el estudio.

Vásquez (2019) en su tesis “Modelo de asociatividad de pequeños Productores de mango del distrito de Motupe, región Lambayeque, para mejorar su oferta exportable con valor agregado”, tiene como objetivo que los pequeños productores de mango sigan un modelo de asociatividad que les permita mejorar oferta exportable dándole un valor agregado. La investigación fue de tipo descriptivo no experimental, aplicó un cuestionario a 50 productores de mango. Concluyó, que el

84% de los productores están dispuestos a iniciar la conformación de una asociación, demostrándose así también que los productores tienen la capacidad productiva. Un 80% de los productores aseguró que su volumen de producción es ideal para empezar su exportación. Fundamenta que la asociatividad es una alianza estratégica ideal para que los productores independientes de mango puedan trabajar de manera conjunta con un fin común. Cabe resaltar que los productores encuestados no se encontraban realizando acciones de comercio exterior en el momento en el que se les hizo la investigación.

Pineda (2019) en su tesis “La asociatividad y la internacionalización de las pymes del sector textil de la Asociación Cámara de Comercio de Gamarra, 2018”, tiene como objetivo determinar la relación entre la asociatividad y la internacionalización de las pymes textiles de un sector del Emporio Comercial de Gamarra. El autor calificó a la variable asociatividad a partir de una teoría “Marshalliano” y a la variable internacionalización desde la “Teoría de fases Up sala”. La metodología utilizada fue correlacional de diseño no experimental, de tipo aplicada y con enfoque cuantitativo. Pineda realizó una encuesta a 30 pymes textileras de la Asociación Cámara de Comercio de Gamarra. Concluye que, si existe una relación positiva y significativa de 0,817 entre la Asociatividad y la internacionalización de las pymes del sector textil. Cabe hacer hincapié que las PYME textileras ya se encontraban realizando exportaciones en el momento en el que se les realizó el estudio.

Sánchez (2019) en su tesis “Caracterización del financiamiento de las empresas del sector agro exportación de uva en el Perú. Caso: Agro exportadora El Pedregal SA – Piura, 2018”, tiene como objetivo describir las principales características del financiamiento en el sector de agro exportación

de las empresas de uva en el Perú. La investigación fue de alcance descriptivo, donde concluyó que El Pedregal SA, a través del financiamiento consiguió invertir y expandir su fruta en el extranjero. Ello, gracias a un préstamo que le permitió un crecimiento del 80% como rentabilidad, generando ingresos y mayor productividad.

1.1.2 Tesis Internacionales

Por otro lado, en lo que concierne a nivel internacional, la asociatividad es importante para diversas empresas que han tomado la decisión de vender sus productos fuera de su país de origen. Se realizó una búsqueda de distintos trabajos de investigación realizados en el extranjero, lo cual demostraría que no se puede estar ajeno a esta modalidad de cooperación empresarial.

Kumar y Kamlesh (2008) en su investigación titulada “The process of Internationalization in Small and Medium Enterprises (SMEs)”, tienen como objetivo analizar los desafíos en el proceso de internacionalización de las pymes, debido a que las empresas que incursionen en el mercado internacional tendrán una mayor competencia. Los autores analizaron el caso de una empresa sueca, mencionando distintos desafíos que influyen el proceso de internacionalización como una estrategia de producto internacional. El tipo de investigación fue cualitativa, para lo cual aplicaron entrevistas y cuestionarios a expertos en el tema. Los autores concluyen que los principales desafíos en la internacionalización son el conocimiento inadecuado sobre el mercado extranjero y las diferencias socioculturales. Cabe hacer hincapié, que las pequeñas empresas ya se encontraban realizando actividades de exportación en el momento en el que se realizó en estudio.

Acevedo y Buitrago (2009) en su tesis titulada “Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación. El caso de las PYME del sector textiles y confecciones de Bogotá”, tienen como objetivo analizar una herramienta fundamental en el crecimiento productivo y la innovación de las empresas. Esta herramienta, es la asociatividad empresarial que permitirá asumir retos de la globalización y la competitividad externa, mejorar niveles de eficiencia y eficacia, minimizar la desconfianza de competir en el exterior, compartir costos y beneficios, crear economías a escala y diversificar su producción. Los autores recolectan datos, controversias y opiniones que fueron proporcionadas por encuestas y a través de la bola de nieve establecieron niveles de asociatividad que presentan las PYME textiles y confeccionistas. Concluyen que, la asociatividad es una fuente de progreso, de innovación y de crecimiento, que permite conquistar nuevos mercados permanecer vigentes y afrontar nuevos retos estructurales y coyunturales. Cabe resaltar que las pymes ya se encontraban realizando exportaciones en el momento que se realizó el estudio.

Lozano (2010) en su investigación titulada “La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia”, menciona que las pequeñas y medianas empresas tienen la dificultad de exportar de manera exitosa, debido a su tamaño reducido que les impide tener una adecuada estructura financiera que les permita generar capacidad de producción alta y una estructura de costos que sean eficientes. Debido a ello, propone implementar un modelo de asociatividad para este tipo de empresas que aspiran a colocar su producto en mercados internacionales a través de redes empresariales, permitiéndoles lograr mayor volumen de producción, mejor capacidad negociadora y precios más competitivos.

Mejía (2011) en su investigación “La Asociatividad empresarial como estrategia para la internacionalización de las pymes”, tiene como objetivo dar a conocer una opción estratégica que permita mejorar la competitividad e incitar la internacionalización de las PYME ecuatorianas, mediante una visión integradora que implica el cambio de proceso para mejora del bienestar colectivo. Esta internacionalización involucrará altas capacidades que deberán ser desarrolladas por las pymes; sin embargo, menciona que existe un factor importante que son las políticas gubernamentales las cuales deberán dar el apoyo necesario para su internacionalización, fomentando las exportaciones, la innovación tecnológica y alianzas estratégicas para canalizar esfuerzos en las diferentes asociaciones. La metodología fue descriptiva-cualitativa y exploratoria, concluye su investigación mencionando que la asociatividad empresarial es una estrategia colectiva que permite aprovechar oportunidades mediante el desarrollo y construcción de estructuras organizacionales para aprovechar distintas oportunidades

Ottaviano y Volpe Martincus (2011) en su artículo titulado “SMEs in Argentina: Who are the exporters?”, tienen como objetivo completar un vacío literario que existe en el estudio de pequeñas y medianas empresas que se internacionalizan, su fin es analizar si existen patrones de comportamiento de exportación distintos. Buscan evaluar factores que determinan la entrada y salida de empresas a mercados extranjeros teniendo en cuenta los denominados costos hundidos. Realizan un estudio cualitativo en donde analizan a 192 pequeñas y medianas empresas de Argentina, donde concluyen que el nivel de empleo, la inversión para mejora, el abastecimiento del extranjero y la productividad están asociados a una mayor probabilidad de exportar.

Cardona, Castiblanco y Días (2013) en su artículo titulado “Innovación empresarial: una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia”, analizan la innovación de pequeñas y medianas empresas del rubro de comercio exterior de Bogotá, las analizan desde su desarrollo local, su transformación productiva y su competitividad. La información que recopilan la contrastan con entrevistas semiestructuradas aplicadas a empresarios cuya característica principal es que el 100% de ellos posee capital nacional. Concluyen mencionando que los empresarios entrevistados aluden que la innovación tiene una relación estrecha con la competitividad e internacionalización. Además, los empresarios reconocen que las sociedades productivas permiten obtener economías de escala.

Andrade (2013) en su tesis “Plan de Asociatividad para los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, Periodo 2013”, tiene como objetivo proponer a la asociación de pequeños y medianos productores como medio de acceso al mercado internacional, reduciendo costos de producción y superando barreras. El tipo de investigación fue cuantitativa y cualitativa, aplicó un cuestionario y una entrevista a una escala de Likert a los artesanos del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena en Ecuador. Obtuvo como resultado que el involucramiento de los artesanos en la asociación les permitirá incursionar en mercados internacionales e incrementar su competitividad, logrando economías de escala y altos volúmenes de producción, así como también un mayor poder negociación. Cabe hacer hincapié que los artesanos en estudio no se encontraban realizando exportaciones en el momento en el que se realizó el estudio.

Soleno (2013) en su tesis titulada “Experiencias Asociativas de tipo cooperativo como estrategia de inserción de la pequeña y mediana producción citrícola familiar en el mercado internacional de

frutas frescas”, pretende colocar una especial atención a la asociatividad como estrategia de integración de productores hacia mercados globales, mediante el estudio de una cooperativa citrícola. Soleno analiza las estrategias efectuadas en las diferentes etapas de producción agrícola, producción agroindustrial y aspecto comercial. La investigación fue de tipo cualitativo, aplicó entrevistas a profundidad a productores, directivos y asociados de la cooperativa San Francisco del departamento de Monte Caseros. Concluye mencionando la importancia de la estrategia asociativa para el acceso de la pequeña y mediana producción citrícola a mercados externos. Además, señala que en el perfil de los productores asociados prevalecen aspectos como el nivel productivo-económico, poseen conocimiento de los mercados, tienen mayor compromiso con la organización, cumplen con estándares de calidad y sanidad en la producción. Soleno recalca que no asegura la inserción de aquellos productores con capacidad limitada relacionados al capital, al acceso de información y tecnología, puesto que tiene mayor dificultad en realizar inversiones y afrontar costos. Cabe mencionar que los productores encuestados se encontraban realizando exportaciones en el momento del estudio.

Martínez (2014) en su tesis titulada “La asociatividad como alternativa de penetración de mercados internacionales: Caso de estudio Asociación de paneleros ASOPROPANOC”, tiene como objetivo ilustrar aquellos logros y beneficios que se obtienen mediante la participación en redes asociativas. Martínez busca determinar las barreras y capacidades que les permitan identificar retos para su la consolidación de la asociación en estudio. El autor propone recomendaciones que aporten valor en relación a la asociatividad como una alternativa para ingresar a mercados internacionales. El tipo de investigación fue cualitativa exploratoria, aplicó un cuestionario a través de entrevista telefónica. Concluye mencionando que la asociatividad simboliza una opción estratégica para

exportar panela a mercados internacionales, y que esto es viable debido a que los productores obtuvieron ventajas competitivas en relación a la ecología y calidad en su producción. El autor recalca que la falta de conocimiento de temas de exportación, comercialización y sus planes estratégicos han retrasado el inicio del camino de la internacionalización. Cabe resaltar que la asociación no se encontraba realizando exportaciones en el momento que se realizó el estudio.

Carvache (2016) en su tesis titulada “Análisis de los Modelos de Asociatividad para la Internacionalización de la producción artesanal del Cantón Atacames”, tiene como objetivo analizar los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal. La investigación fue descriptiva y el autor aplicó una entrevista a la Especialista del Sector Artesanal de Pro Ecuador, al Subsecretario de Mipymes y Artesanías del Mipro y a un representante del Consorcio de Chocolate Ecuatoriano. El autor concluye mencionado que los diferentes modelos de asociatividad constituyen una estrategia fundamental para internacionalizar una producción, y que el éxito de este proceso dependerá de las normativas, proyectos y programas en Ecuador. Esto debe estimular la conformación de asociaciones que representen una integración para impulsar el desarrollo de industrias, exportaciones y empleo, que será aprovechado por las mipymes.

Bustamante (2017) en su tesis titulada “Asociatividad como modelo para la internacionalización de los pequeños productores de banano en el Oro – Ecuador”, tiene como objetivo identificar los tipos de asociatividad que se ajustan al sector bananero de Ecuador en su intención de internacionalizarse. La metodología fue cuantitativo-transversal, el autor aplicó una encuesta a 92 pequeños productores de banano. El resultado obtenido a través de tres tipos de asociatividad evaluados, la red empresarial o asociación representa el modelo adecuado del sector bananero en

Ecuador. Además, acota que esta es una opción eficaz para pymes que desean incursionar en el mercado exterior. El autor acota que las experiencias que irán adquiriendo los productores serán de manera gradual y que durante el proceso se presentarán dudas e incertidumbres. Asimismo, menciona la importancia de incentivos gubernamentales que permitan a las asociaciones obtener nuevos conocimientos para sus procesos de exportación, a través de mejoras de producción y de campañas de capacitación. Cabe hacer hincapié que los productores encuestados no se encontraban realizando exportaciones en el momento que se realizó el estudio.

Martínez, Pedraza y Caballero (2018) en su investigación titulada “Internationalization of associative and sustainable entrepreneurship in the rural sector through triple bottom line investments”, tiene como objetivo establecer el vínculo entre las inversiones que buscan beneficios adicionales al legítimo interés de generar dividendos, y la internacionalización de iniciativas rurales asociativas, evidenciando su aportación a la sustentabilidad a través del impacto generado en el sector agrícola en Colombia. Proponen una investigación cualitativa que exponga el vínculo entre el tipo de financiamiento mencionado y el acceso a los mercados externos, mediante un análisis inductivo basado en la Teoría Fundamentada con tres estudios de caso. Concluye que, el capital privado puede desempeñar un papel definitivo en la consolidación de las exportaciones en las empresas asociativas. Ello puede contribuir a la sostenibilidad de la agricultura ya que aumenta su mercado y beneficia el desarrollo de sus procesos productivos, lo que favorece a uno de los sectores más vulnerables de la región en términos sociales y ambientales.

Oviedo (2018) en su tesis titulada “Estrategias para la internacionalización de las pymes familiares del cantón Ambato - Provincia de Tungurahua”, tiene como objetivo demostrar que aplicar

estrategias empresariales es fundamental para la internacionalización de pymes familiares. La metodología fue de tipo mixto (cualitativo-cuantitativo), realizó una encuesta a los representantes legales de las pymes familiares. Ellos afirman que aplicando estrategias empresariales en su empresa podrían llegar a internacionalizarse, esto incrementaría la calidad en sus procesos de producción, les proporcionaría experiencia, mejoras en su competitividad y mayor innovación en sus productos. Concluye mencionando que las pymes familiares tienen la aspiración a mediano plazo de internacionalizarse, ellos creen que participar en mercados internacionales les pueden brindar beneficios como incrementar ventajas competitivas, mejorar niveles de eficiencia operativa, mejorar imagen y marca corporativa y un mejor desarrollo organizacional de la empresa. Cabe resaltar que las pymes familiares encuestadas no se encontraban realizando actividades de comercio exterior en el momento en el que se realizó el estudio.

Yogi, Hotna y Romy (2019) en su investigación titulada “The internationalization intention of small and medium-sized enterprises: the influence of product and process innovation”, sostienen que las pequeñas y medianas empresas que la contribución que tienen hacia el PIB de Indonesia es dominante, pero que su nivel de exportación es pequeño. Mencionan que sus productos tienen baja participación en el mercado global. Estas empresas inician sus actividades internacionales gradualmente donde primero establecen su intención de internacionalizarse. De acuerdo a sus investigaciones el factor innovación de productos y de procesos tiene alta significancia en la intención de internacionalización. Realizaron cuestionarios a PYME y los datos recolectados se utilizaron para analizar un modelo estructurado de ecuaciones (PLS-SEM). Concluyeron que, la innovación de productos y procesos tiene un alto efecto significativo en la intención de internacionalización con coeficientes de 0,256 y 0,573 respectivamente.

Hoyo-Villa (2019) en su artículo titulado “Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso”, presenta aquellos factores que han impulsado a las pymes industriales de los departamentos de Caldas, el Quindío y Risaralda a emprender su proceso de internacionalización. El autor realiza un estudio cualitativo y descriptivo y de caso múltiple exploratorio, aplicó una encuesta con 33 preguntas a 40 PYME industriales, dando como resultado que debido a la adaptación de sus productos y el cumplimiento con políticas de calidad en sus procesos de producción han podido realizar exportaciones. Una gran parte de las PYME sostiene que no tienen estrategias para manejar conflictos a nivel internacional, que las exportaciones han contribuido a la mejora de la productividad de la empresa. Mientras que otras afirman tener bajo poder de negociación internacional, pero se interesan por conocer a su competencia y desarrollar productos innovadores. El autor concluye que a pesar de que la mayor parte de las pymes industriales del Eje Cafetero han conseguido abrirse caminos hacia mercados internacionales debido al desarrollo competitivo que han obtenido a nivel regional, aún tienen que mejorar el perfil de sus directivos en el ámbito internacional y aumentar estrategias de distribución y promoción para mantener y lograr mayores ventajas competitivas.

1.2 Bases Teóricas

2.2.1 Definición de Asociatividad

Para comprender la importancia del tema que se está abordando es necesario tener un previo conocimiento de lo que se tratará de explicar a lo largo de la investigación. Es certero que existen numerosos significados bajo diferentes autores y enfoques; sin embargo, en la actualidad el

término “asociatividad” ha tomado importante relevancia ya que es percibido como una estrategia para elevar la productividad, competitividad, y obtener financiamiento, entre otros. La asociatividad es aplicada por pequeñas empresas y/o productores que poseen tierras de cultivo, desean crecer económicamente y participar activamente de una agricultura exportadora.

Seguidamente, se presentarán de manera breve ciertas definiciones actuales y antiguas que ayudarán a comprender si el término asociatividad ha cambiado durante el pasar del tiempo.

Tabla 1: Definiciones de Asociatividad

AUTORES	DEFINICIONES
(Suarez, 2017)	La asociatividad tiene estrecha vinculación con la capacidad cooperada para comprender diferentes variables que son clave de éxito en el sector en el que se compite.
(Mathews, 2014)	La asociatividad representa un esfuerzo de cooperación inter-empresarial que tiene el fin mejorar la gestión, la competitividad y la productividad de sus participantes.
(Martínez, 2014)	La asociatividad es una articulación de esfuerzos entre pequeños productores que favorecen la resolución eficaz de prohibiciones que se encuentran en el mercado. Cada asociado participa voluntaria y conjuntamente con otro asociado de la región, generando expectativa de abrir caminos, crear mecanismos y dinámicas que hagan posible alcanzar los objetivos comunes planteados.
(Baquero, 2012)	La asociatividad, estrategia que permite alcanzar economías de escala y acceder a mejores mercados. Una estrategia que permite obtener ventaja competitiva, que individualmente sería complicado de conseguir y que exhorta de la confianza de quienes participan.

(Lozano, 2010)	La asociatividad representa un mecanismo de colaboración colectiva, permite crear valor mediante la unión de objetivos comunes que contribuyen a superar la falta de escalas individuales y a incrementar la competitividad.
(Grueso & et al, 2009)	La asociatividad es un proceso de colaboración entre compañías con características similares. Las compañías que se encuentran con un adecuado sistema productivo desarrollan ventajas competitivas y ganan más beneficios
(MINCETUR, 2008)	La asociatividad es alianza voluntaria entre empresas y emprendedores. Esta alianza permite disminuir costos y compartir riesgos en los negocios. Asimismo, propone a las empresas colocar conjuntamente sus productos y servicios en el mercado manteniendo la individualidad empresarial.
(PNUD, 2000)	La asociatividad es una organización voluntaria conformada por un grupo de personas que forman un vínculo explícito con el fin de obtener un objetivo común. Está restringido a organizaciones sin fines de lucro, pero si incluye organizaciones no gubernamentales de promoción y desarrollo, como aquellas dedicadas esencialmente al bienestar de sus propios miembros.
(Rosales, 1997)	La asociatividad es un mecanismo de participación empresarial en donde cada compañía que ayuda mantiene su autonomía gerencial e independencia jurídica, de manera voluntaria para integrar esfuerzos conjuntamente con otras compañías con el fin de lograr objetivos comunes.

Fuente: Elaboración propia. (Suarez, 2017; Mathews, 2014; Martínez, 2014; Baquero, 2012; Lozano, 2010; Grueso & et al, 2009; MINCETUR, 2008; PNUD, 2000 y Rosales, 1997)

Como se observa en la Tabla 1, existen diferentes definiciones sobre el término “Asociación”. Desde la década de los 90’s hasta la actualidad, se puede notar que las definiciones tienen una misma finalidad, la cual es que las empresas y /o productores se interesen en un objetivo común.

Para Rosales, PNUD, MINCETUR y Martínez, la asociatividad es una alianza estratégica en donde los asociados participan de manera voluntaria para disminuir costos y compartir riesgos. Para

Lozano y Baquero la asociatividad crea valor y permite obtener ventaja competitiva; mientras que para Mathews la asociatividad tiene como fin mejora la productividad, la competitividad y la gestión de los participantes.

La asociatividad puede tener diferentes definiciones desde el punto de vista de distintos autores, sin embargo, muchos de ellos coinciden, mencionando que esta se trata de una estrategia que fue, es y será muy utilizada por sectores empresariales para la realización de diferentes actividades.

Cabe mencionar también que muchos de estos autores independientemente del año en el que definieron la palabra, prevalecen la importancia de la asociatividad para la procurar procesos como la cadena de valor e incremento de la producción, así como la obtención de una alta competitividad frente a mercados y a clientes globalizados y no menos importante la transferencia de conocimientos hacia otros productores gracias a la constante capacitación.

Por otro lado, para Vázquez (2018) es fundamental resaltar que existen diferentes estrategias para las micro, pequeños y medianos productores, representado por un trabajo asociativo integral que tiene como fin la sostenibilidad en la actividad económica. Vázquez menciona que es importante identificar la función de cada integrante para recibir propuestas e instrucciones que incentiven la asociatividad empresarial, puesto que es ahí donde se ve reflejado la estrategia para competir dentro de un lugar determinado, creando así una agroindustria sustentable y rentable económicamente.

Para Villar, Flores y Castro (2011), la asociatividad permite la creación de economías de escala, reduce costos en el proceso de producción, disminuye las barreras de entrada, además, la

coordinación en las cadenas productivas, incentiva un uso más eficiente de los factores de producción, recorta los riesgos relacionados a la volatilidad del mercado, mejora el poder de negociación y mejora el acceso a servicios financieros y a la información tecnológica y/o técnica y de mercado.

Como se ha podido ver en las diferentes definiciones acerca de una asociatividad reiteradas veces es considerada como una alianza estratégica, como una junta/reunión de empresarios/productores o como una herramienta que crea valor agregado dentro de una producción. El término asociatividad llega a ser una ventaja competitiva para aquellos que decidan formarla.

Las asociaciones conformadas por empresarios o agricultores deberán afrontar diferentes adversidades. Además, deberán pasar por un largo proceso para su internacionalización, el cual dependerá de cómo ellos puedan adaptarse rápidamente a un nuevo ambiente. Es por eso que la actual investigación estará enfocada en cómo se relaciona la Asociatividad con la intención de internacionalización de los productores de fruta, a través el cumplimiento de objetivos que son clave dentro del proceso.

2.2.2 Tipos de Asociatividad

Existe diferentes actividades que pueden desarrollarse mediante la formación de una asociatividad. Asimismo, existen múltiples combinaciones organizacionales que distintas empresas y/o productores pueden adoptar para lograr un objetivo común.

Según MINCETUR (2008), en el Perú existen 7 formas de asociarse, de las cuales las más comunes son: la asociación, la cooperativa y los consorcios asociativos. (figura nro.1)



Figura 1: Tipos de Asociatividad Empresarial

Fuente: MINCETUR, 2008. Elaboración propia

- a) **Redes de cooperación:** Conjunto de empresas que comparten información y procesos, sin renunciar a trabajar de manera independiente, no existe la subordinación y se mantiene diversos vínculos cooperativos para ejecutar acciones conjuntas de manera coordinada.
- b) **Articulación comercial:** Se mantiene una relación sostenida entre empresas que ofertan y demandan, utilizan un agente intermediario, bróker o gestor de negocios.
- c) **Alianza en cadenas productivas:** Permite cumplir una serie de etapas y operaciones de manufactura, transformación, distribución y comercialización de un solo producto o una línea de productos (bienes o servicios).

Dentro de este tipo asociatividad, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Cabrera, s.f.) señala que dentro de una asociación de productores existe una relación importante con la empresa agro exportadora para acceder a mercados internacionales. En esta, están implicados los proveedores de insumos, entidades financieras o de crédito, servicios de transporte, puntos de acopio, entre otros. A través de estas cadenas productivas los pequeños productores informales y/o formales pueden acceder a mercados de exportación.

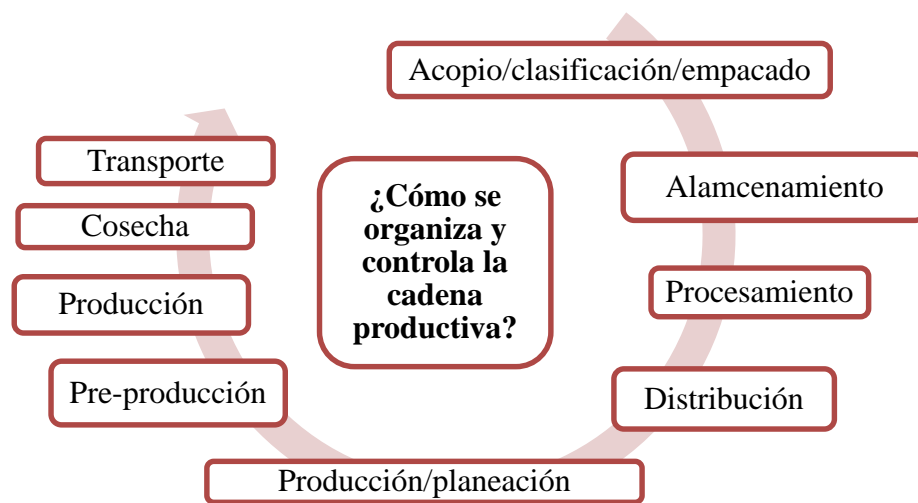


Figura 2: Cadena productiva, proceso por el cual un producto llega a manos del cliente.
Fuente: MINAGRI (s.f.), con modificaciones.

- d) **Joint Venture:** Se considera como una estrategia de corto, mediano o largo plazo, es decir temporal, donde un grupo de empresas están aliadas y actúan bajo unidades y normas de una misma dirección, para realiza operaciones comerciales, distribución de inversiones, división de responsabilidades y riesgos.
- e) **Consortio:** Se basa en la ley General de Sociedades, se encuentra el Art. 445, el cual instituye que el contrato de consorcio se da cuando dos o más personas se asocian para

participar activa y directamente en un determinado negocio teniendo como propósito obtener un beneficio económico.

- f) **Cooperativas:** Se basa en la congregación independiente de personas reunidas arbitrariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales que tengan en común por medio de una empresa que se controla democráticamente.

La asociación de empresas ya establecidas y la asociación de productores tienen ciertas incompatibilidades. Las empresas poseen una mayor experiencia en lo que se refiere el termino internacionalización, poseen cierta tecnología y conocimiento necesario para abarcar la demanda de mercados internacionales. Mientras que en una organización de pequeños productores debe tener en cuenta todos los vínculos que se puedan relacionar al productor ello implica la cadena de valor, ya que a medida que esta cadena opere eficientemente, la posibilidad de que el productor se desarrolle será mucho mejor. (Trading consult, 2009)

Es por eso que Trading Consult recomienda en base estudio realizado por ellos que existen ciertos modelos de asociación recomendables para la organización de los productores formales e informales.

- a) **Cadena productiva:** representada por un conjunto de agentes económicos que participa activamente de todo el proceso de fabricación, distribución y comercialización de un producto, esto quiere decir que comprende desde producir la materia prima, adquirir maquinarias (tecnología) hasta el producto final (cadena de valor). De acuerdo a Vergiu (2013), la cadena de valor es un instrumento y modelo teórico donde se describen diferentes

actividades de una organización empresarial para generar valor al consumidor final. Este término fue utilizado por primera vez por Michael Porter en el año 1987, dicho modelo ha servido para realizar distintos análisis.

Citando a Michael Porter, nos señala que las actividades se dividen en dos grandes grupos las primarias y de apoyo, donde primero se interviene en la elaboración del producto, se vende, se transfiere al cliente y se ofrece un servicio post venta, mientras que por el segundo grupo respaldan a las primarias y viceversa, al ofrecer tecnología, recursos humanos y funciones globales.



Figura 3: Cadena de Valor: Modelo de Porter

Fuente: PROMPERU (2013)

- b) **Clúster:** representado por conglomerados y conformado por grupos de empresas e instituciones relacionadas por un ramo de actividades comunes, estas se concentran en un determinado espacio geográfico y se relacionan por actividades complementarias. Estas pueden ser empresas productoras de bienes y servicios, proveedores, compañías ubicadas en industrias y organizaciones gubernamentales o gremiales.
- c) **Redes empresariales:** representada por un sistema de enlaces entre empresas, asociadas voluntariamente sin perder su autonomía. Estas tienen un objetivo común que no podrían lograr de manera individual. De acuerdo a este tipo de asociatividad existen dos modelos diferentes: Red Horizontal, conformada por asociaciones de pequeños productores que pertenecen a un mismo sector y proceso productivo, y se encuentran en un área determinada. Red Vertical: conformada por asociaciones de productores de diferentes tamaños, que pertenecen a diferentes etapas del proceso productivo. Por ejemplo, una gran empresa textil que subcontrata a pequeños talleres textiles para adicionar esa productividad a la suya y así lograr la cantidad demandada.

De acuerdo a lo descrito anteriormente, una concepción sobre el término de asociatividad se puede describir a un gremio de representantes de todos los agentes que se relacionan ya sea directa o indirectamente en el proceso de producción, que tienen el fin de averiguar dificultades que puedan afectar la competitividad de cada actor de la asociación y en conjunto poder plantear diferentes soluciones.

2.2.3 Tipos de Asociatividad en el Perú

De acuerdo a la (Comision de Promocion del Perú para la Exportacion y el Turismo, 2013) – PROMPERU, en el Perú existen modelos asociativos comunes:

- a) **Asociación:** Es una organización estable conformada de personas naturales y/o jurídicas, que mediante una acción en común persiguen un fin no lucrativo, no requiere un capital determinado, se inicia con tres a más participantes y las utilidades se distribuyen de manera directa a los asociados.

- b) **Cooperativa:** Está conformada por un grupo de personas naturales o jurídicas que buscan un beneficio común, su objetivo es suscitar el beneficio de sus socios por medio del abastecimiento de bienes y servicios. De acuerdo a la Ley General de Cooperativas esta reconoce solo dos modalidades que son la de usuario y trabajadores. Dentro de esta cooperativa se busca dar servicios a sus socios y generar más empleo, pueden ser financiadas mediante recursos propios o por terceros, estos recursos propios pueden proceder de un capital social y de un excedente no distribuido.

- c) **Contratos Asociativos:** Representado por un contrato que por virtud está conformado por dos o más personas que participan en forma activa y directa en un determinado negocio con el fin de obtener beneficios económicos.

Tabla 2: Semejanzas y diferencias entre los modelos

Asociación	Cooperativa	Contratos asociativos (Consortio)
Reglamentado en el “Código Civil”	Reglamentado por la Ley General de Cooperativas	Reglamentado por la Ley 26887: “Ley Generales de Sociedades”
Instituido por Escritura Pública (EP) y se inscribe en Relaciones Publicas	Instituido por Escritura Pública (EP) y se inscribe en Relaciones Publicas	Se registra un contrato y se informa a la SUNAT
No es necesario un capital mínimo para constituirlo	La Ley no requiere capital mínimo para constituirlo	La Norma no requiere de capital mínimo para constituirlo
Es necesario por lo menos 3 integrantes	Es necesario por lo menos 11 integrantes	Es necesario 2 integrantes
Los integrantes toman el nombre de asociados	Los integrantes toman el nombre de Socios	Los integrantes toman el nombre de Consortiados
Se tributa de manera individual	Se tributa de manera conjunta e individual	Se tributa de manera individual
No se distribuyen las utilidades alcanzadas ya sea de manera directa e indirecta	La cooperativa no genera ganancias, sin embargo los socios pueden conseguir buen precio y bajos costos	Se distribuye las utilidades entre los consortiados lo cual debe mostrarse en el contrato
Se caracteriza por ser de duración ilimitada	Se caracteriza por ser de duración ilimitada	La tributación puede ser llevada por un contador independiente lo cual no debe superar los 3 años

Fuente: Adaptación de PROMPERU (2015). Elaboración: propia

En la Tabla 2, lo descrito por PROMPERU (2013), solo tres modelos asociativos son los más comunes en el Perú, ello quiere decir que a pesar de hallar diferentes modelos de asociatividad, algunos de ellos son aplicables de acuerdo a la necesidad o Ley que puedan regir cada país.

Según (Ferrando, 2015) la apertura del país a mercados internacionales obliga a empresas establecer y desarrollar estrategias que permitan a su vez desarrollar ventajas competitivas. Es

evidente que es un trabajo complejo para las empresas y mucho más para los pequeños productores que cuentan con debilidades, lo cual los lleva a perder oportunidades. La asociatividad como un mecanismo para competir a nivel internacional es primordial en el desarrollo de micro y pequeñas empresas agrícolas en el Perú, las cuales abundan en las provincias de Lima, la serranía y la selva peruana. Es importante que, dentro de la legislación peruana, la evaluación y ejecución de distintos programas estén contemplados en fomentar mecanismos como la asociatividad para así brindar oportunidades y dar soporte a pequeños agricultores.

De acuerdo al (Instituto de Estadística e Informática, 2013), distintos especialistas resaltan la necesidad de incentivar la formación de asociaciones agrarias, lo cual ayudaría a impulsar a la agricultura peruana. Uno de los impedimentos que afronta la agricultura peruana y que muchas veces evita un desarrollo sostenible para ellos son los terrenos que de acuerdo a la posesión de cada agricultor puede ser favorable o no.

Según el último IV Censo Agropecuario realizado en el año 2012 se tuvo que, de 2 213,506 unidades agropecuarias, 1 810,962 representado por un 81.81% poseen tierras entre 0.1 a 5 Ha y 195,652 representado por un 8.84% de 5.1. a 10 Ha. (INEI, 2013)

Tabla 3: Unidades agropecuarias

0,1 a 5 Hectáreas	5,1 a 10 Hectáreas	10,1 a 20 Hectáreas	20,1 a 50 Hectáreas	50,1 a 100 Hectáreas	100,1 a 200 Hectáreas	Total
1 810 962	195 652	99 872	65 249	20 754	21 017	2 213 506
81.81%	8.84%	4.51%	2.95%	0.94%	0.95%	100%

Fuente: Instituto de Estadística e Informática - IV Censo Agropecuario 2012 (Unidades Agropecuarias)

En la Tabla 3, se observa que la división de tierras dificulta a los productores para la adquisición de cierta cantidad de insumos, generando un incremento en el costo de un crédito, rebaja el poder de negociación ya que comerciantes intermediarios les ofrecen menos por sus productos. Además, impide una producción a grandes escalas que es lo que se necesita para cumplir con una gran demanda internacional, es por ello que un porcentaje de los productores opta por trabajar de manera individual, enfocándose en cubrir solo mercados locales y no incurrir en costos fijos para expandir su oferta que podría llegar a ser exportable (Ferrando, 2015).

Existen diferentes opciones legales para formar una organización agrícola: Sociedad Anónima-SA, Sociedad Anónima Cerrada – SAC, Sociedad Comercial de Responsabilidad limitada - SCRL, Empresa Individual de Responsabilidad limitada – EIRL, Asociación civil sin fines de lucro, Comité, Cooperativa y Fundación. La tipología de SCRL y SAC solo puede estar conformado por 20 personas inscritas mientras que el ERIL solo es para negocios que son individuales. Ello no ayudaría a estos productores ya que, en el caso de los productores de fruta de Palpa, el cual se está investigando, al asociarse no solo serían 20 sino una cantidad mayor. Las alternativas podrían ser Sociedad anónimas, asociación y cooperativas (Diario Gestión, 2019).

En ciertas regiones del Perú existen un promedio de 12 diferentes tipos de asociaciones de productores (Ferrando, 2015):

Tabla 4: Tipos de asociaciones en el Perú

TIPO	CARACTERISTICA	TIPO	CARACTERISTICA
La Asociación civil	<p>Persona jurídica de derecho privado. Su fin no obtener lucro. Su fin es ser gremial, cultural, educativo, científico, político, beneficencia, literario, deportivo y de vivienda. No tiene límite en el número de asociados.</p>	Redes verticales o desarrollo de proveedores	<p>Denominado PDP (programa de desarrollo de proveedores). Elemento de fomentar e integrar pequeñas y medianas empresas. Buscan empresas que quieran desarrollar competitividad en sus proveedores. Se crean planes de mejora con diferentes ventajas como calidad, precio y servicio lo cual favorece a la empresa y al país. Contrato de dos o más personas que desarrollan uno o varios negocios.</p>
Cooperativa	<p>Persona jurídica de derecho privado. La tierra de los productores puede ser de la Cooperativa. El exceso de las ventas se divide entre los socios. Se rige bajo el Decreto Supremo N° 070-90-TR: Ley general de cooperativas</p>	Redes horizontales o consorcios	<p>Basado en la “Ley General de Sociedades”. Su formación consta por escrito, no nace de una persona jurídica y cada integrante mantiene sus propiedades (bienes) y su independencia.</p>
Cadenas productivas	<p>Asociaciones de unidades familiares, estas poseen una organización temporal que tiene a su vez una asamblea general y un consejo de coordinación. Los bienes y servicios producidos por esta cadena poseen un mercado asegurado debido a un contrato con empresarios posicionados.</p>	Sociedad agrícola de interés social-SAIS	<p>Creado a raíz de la Ley de la Reforma Agraria nro.17716. Persona jurídica de derecho privado y responsabilidad limitada. Se dirigen por los principios básicos de las sociedades de personas y del sistema cooperativo.</p>
Clúster o conglomerados	<p>Conjunto de empresas de distintos sectores ubicados en una zona geográfica limitada. Se interrelacionan de manera vertical, horizontal y colateral en torno a mercados,</p>	Sociedad Anónima	<p>Posee capitales con responsabilidad restringida, este capital social se figura por títulos negociables. Es necesario 2 socios como mínimo y máximo de 750 socios.</p>

	<p>tecnologías y capitales productivos. Genera economías de aglomeración e integración funcional. Genera valor agregado.</p>		<p>El patrimonio de los socios no está afecto. Presenta mayor dificultad para adoptarse debido a los objetivos que tienen los pequeños agricultores.</p>
Comunidades campesinas y nativas	<p>Organización de interés público legal y jurídico. Compuestas por familias que residen una determinada región ligados por parentescos sociales, ancestrales, económicos y culturales.</p>	Unión de Crédito y Ahorro UNICA	<p>Su fin es mejorar condiciones de vida de las familias en zonas rurales a través de inclusión eficiente y sostenible en el mercado. Conformadas por 10 a 30 familias que brindan servicio de crédito y ahorro para sus asociados. A través de UNICA se incursiona en actividades productivas, con asesoría.</p>
Entidad Asociativa Agraria:	<p>Organización de productores agrarios, conformada por dos o más productores que desarrollan sus actividades en 20 a más hectáreas de tierra o por 10 a más independientemente de la cantidad de tierra.</p>	Empresas de Accionariado Campesino (EAC)	<p>Sociedades anónimas convencionales, cuyo capital mayoritario y aportado por UNICA. Su objetivo es comercializar, acopiar, para rentabilizar la producción dándole un valor agregado. Pueden acceder a líneas de financiamiento de COFIDE para realizar inversiones.</p>

Fuente: Adaptado de Ferrando, A. (2015). Elaboración: propia

De acuerdo a lo que se describe en la Tabla 4, en el Perú en años anteriores se han ido formando diferentes maneras de asociarse de acuerdo a la necesidad de cada productor agrícola o de los mismos micros y pequeñas empresas. Todas las formas de asociarse en el Perú tienen un fin importante que es mejorar la agricultura bajo ciertos componentes como son el acrecentamiento de la competitividad, productividad, accesos a mercados y su posicionamiento, crear economías de escala, accesos a financiamientos. Todo ello para obtener de nuevas tecnologías, infraestructura

y la búsqueda de cursos especializados que amplíen el conocimiento de estos productores, a su vez mejoren su calidad de vida a través de la comercialización internacional de sus productos.

De acuerdo a ciertos aspectos que benefician en la formación de una asociatividad, existen formas que predominan en el Perú, d la asociación, la cooperativa, las comunidades campesinas y nativas son la primera opción para estos agricultores. Mientras que como segunda opción se tiene a las redes de empresas horizontales y verticales, clústeres, sociedades agrícolas de interés y uniones de ahorro y crédito-UNICAS (Ferrando, 2015).

1.2.1 Etapas de un proceso Asociativo

El empezar una asociatividad entre pequeños productores es un proceso en el cual se podrán diferenciar distintas fases, que concretan en qué estado se encuentra el proceso de formación, o también si este está en un buen camino para cumplir con sus objetivos y poder llegar a ser un éxito para el mercado internacional.

De acuerdo a lo que menciona (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2013), el proceso asociativo tiene cinco etapas que son:

Tabla 5: Etapas de la Asociatividad

ETAPA	CARACTERÍSTICA	SITUACIÓN
Etapa de gestación	Inicia el interés de los participantes para comenzar, crear e integrar un grupo asociativo.	Se analiza el potencial de cada productor y si estos actúan de manera colaborativa para designar un gerente y llevar a cabo el proyecto.
Etapa de estructuración	Los participantes ya tienen definido su rol dentro del grupo además de tener sus objetivos principales ya planteados.	Se definen las estrategias para cumplir con los objetivos.
Etapa de madurez	Los participantes definen las pautas para la asociación, ya han adquirido su identidad como tal y tienen claro que acciones seguir.	Se define la forma jurídica, basada en las necesidades planteadas, se crean las bases para la auto sostenibilidad de la asociación.
Etapa productiva	Los participantes realizan las acciones para obtener resultados esperados. Etapa clave donde se consolida la gerencia y el planeamiento estratégico.	Se aceleran los procesos operativos internos para tener una buena gestión empresarial.
Etapa de declinación	La asociación muestra que los rendimientos disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa	Donde se toma la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

Fuente: Adaptado de PROMPERU (2013). Elaboración: propia

1.2.2 Factores que facilitan y obstaculizan la formación de una Asociatividad

De acuerdo a (Dominguez y Ulloa, 2016) nos menciona que se pueden encontrar diferentes factores que ayudan en la formación de una asociatividad. Mientras que para él (Ministerio de la Producción, 2010) existen otros factores que dificultan el proceso de formación y consolidación como estrategia de los productores.

Tabla 6: Factores que facilitan y obstaculizan la formación de un Asociatividad

Factores Facilitadores	Factores Obstaculizadores
<p>- Cercanía geográfica: en base a un desarrollo territorial y la importancia de contar con redes de colaboración, resultó ser el adecuado para el intercambio de información, creación de economías de escala. Ello motiva a los productores a trabajar conjuntamente, generando un equilibrio entre la libre competencia y la colaboración para enfrentar obstáculos de la globalización.</p> <p>- Cultura de colaboración: factor de relevancia para la formación de una asociatividad puesto que hoy en día los pequeños productores tienen alta competencia y espíritu de servicio.</p> <p>- Confianza: factor esencial en la toma de decisión para trabajar en equipo, el cual debe promoverse a través de canales flexibles de comunicación y reuniones frecuentes que puedan darse dentro de la asociatividad.</p>	<p>- Desconfianza: factor que limita la repartición de información e impide generar nuevo conocimiento para la creación de nuevos productos o mejorar los procesos, puede ser entendido de dos maneras, la primera debido a la competencia desleal y la segunda desconfianza hacia los competidores.</p> <p>- Modelos mentales y culturales cerrados: factor que predomina en la sociedad, donde los productores no están predispuestos a cambiar y prefieren el control absoluto de su empresa.</p> <p>- Visión cortoplacista: donde los productores al ver que la formación de esta asociatividad no está dando resultado, renuncian rápidamente, por la incertidumbre o falta de información.</p> <p>- Dificultad administrativa: cuando se presenta una nueva estructura organizativa dentro de la asociación, y no ha sido anticipada lo cual muestra desagrados de los productores evitando un buen trabajo y la reestructuración de tareas.</p> <p>- Falta de apoyo de entidades: este factor está relacionado directamente a entidades estatales y privadas, ya que los pequeños productores sienten que no cuentan con un soporte institucional que los proteja y capacite.</p>

Fuente: (Domínguez y Ulloa, 2016) y (Ministerio de la Producción, 2010). Elaboración propia.

En la Tabla 6, se observa que existen factores que pueden facilitar y obstaculizar la formación de una asociatividad. Será importante un adecuado tratamiento de ello. Por otro lado, es importante

mencionar que existen condiciones para formar una asociación. La formación y mantenimiento de una asociación es importante cumplir con las siguientes condiciones: la confianza, la precisión de objetivos, el compromiso, la definición de roles, los términos de membresía, el liderazgo de gestión, las penalidades y el contrato integral (Mathews, 2014).

1.2.3 Ventajas de una Asociatividad

Andrade (2013), señala que un modelo asociativo posibilita la resolución de problemas comunes, trayendo ciertas ventajas como:

- Enfrentamiento y resolución de problemas de manera colectiva, prevaleciendo la autonomía de cada uno de los participantes.
- Adquisición de una mayor productividad y competitividad, reducción de costos, mayor poder de negociación con clientes y proveedores, posicionamiento en mercados, mejor economía de recursos e incorporación de tecnología.
- Mejoramiento del FODA, a través de neutralizaciones de amenazas, disminución de debilidades y aprovechamiento de oportunidades.
- Desarrollo y promoción de la complementariedad.
- Más oportunidades para la promoción de la producción.
- Mayor intercambio y adquisición de experiencias
- Surgimiento de efectos secundarios como un mayor dinamismo, positivismo, integración, confianza, mentalidad abierta y mayor visión a largo plazo.

En síntesis, los beneficios de una asociatividad pueden ser resumidos en tres aspectos importantes. Los cuales son mencionados en la Figura 4:

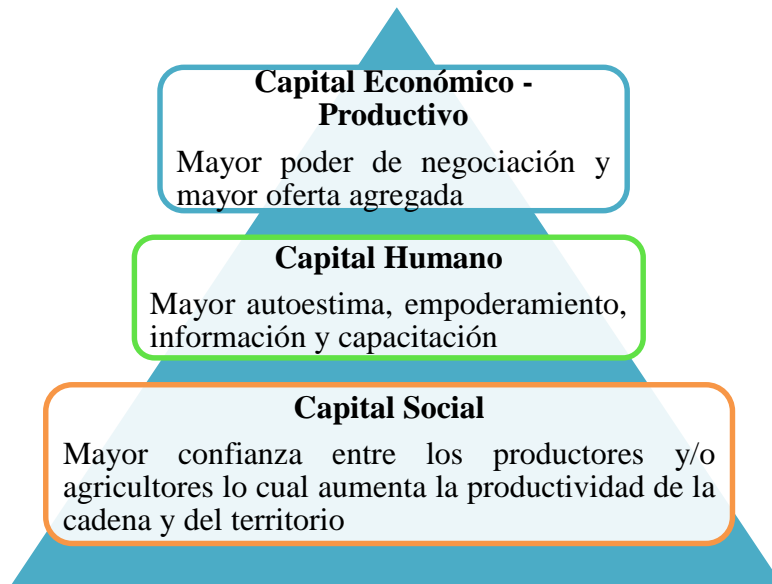


Figura 4: Resumen de beneficios de la asociatividad

Fuente: (Amézaga, C., Rodríguez, D. et al,2013 como citó MINAGRI,2014)

1.2.4 El rol del Estado en el proceso de Asociatividad

El Estado cumple el rol de asumir grandes funciones en el proceso de formación de asociaciones. Tiene en cuenta tres importantes aristas, como: (1) facilitar la apertura de espacios de cooperación entre los agricultores y/o productores, (2) brindar marcos jurídicos adecuados que garanticen y reconozcan las distintas formas de organización y a la vez fomenten su fortalecimiento, y (3) dotar de diferentes servicios a través de programas y proyectos como por ejemplo la formación de un cofinanciamiento entre productores y Estado (MINAGRI, 2014).

El Estado también cumple un papel importante en el proceso de formación de la asociatividad y de su internacionalización. Es una red horizontal se caracteriza por tener participantes voluntarios y una gestión empresarial independiente. Es fundamental que paralelamente existan actores externos con la predisposición de incentivar la formación y la permanencia de cualquiera de las modalidades de asociación. El Estado es quien facilita la apertura de mercados mediante la promoción de productos y la formación de Tratados de Libre Comercio (TLC); mientras que los gremios empresariales y las instituciones educativas (universidades e institutos) implantan los estándares (Mejía, 2011).

El gobierno cumple la función de fomentar aquellos sectores que tienen mayores volúmenes de encadenamientos, mayor peso relativo y fuerza, a través de políticas de aglomeración. Esto trae consigo ganancias en términos de competitividad. El Estado debe promover el diálogo, la organización y la cooperación empresarial entre instituciones públicas, privadas, académicas y los productores agrarios, con el fin de buscar el beneficio de la competitividad agraria (Porter, 1990, como se citó en Tedesco, 2009).

1.2.5 La Asociatividad: una estrategia de internacionalización para el productor

En el sector agrícola, la asociatividad se encuentra presente en sus diferentes modelos. Esta cumple un papel fundamental para los miembros que la conforman, ya que les permite un aumento de productividad, promoción del producto, mejora de la calidad del producto, mejor organización y acceso a información. La asociatividad en el Perú no es muy promocionada, a pesar de ello, los

productores y agricultores muestran interés por acceder a esta alternativa, ya que se sienten con la capacidad de cumplir con altas demandas (Montes, 2018).

La asociatividad trae consigo un trabajo conjunto, que, mediante la elaboración de un plan estratégico y una estructura orgánica, permitirá que los productores se internacionalicen. La asociatividad permite un riesgo financiero compartido, donde el productor puede acceder fácilmente a créditos financieros. Este, le proporciona liquidez para adquirir insumos, herramientas, asistencia técnica, certificaciones internacionales para el cumplimiento de estándares de calidad y el desarrollo de una mayor capacidad productiva que facilite a la asociación exportar de manera directa (Montes, 2018).

La Convención Nacional del Agro Peruano (2014) indica que la asociatividad permite reducir costos de producción, inocuidad, calidad, trazabilidad, certificación y control interno. Estos costos no podrían ser asumidos por un solo productor pequeño. Además, permite obtener economías de escala en una comercialización agropecuaria, obtener mayor poder de negociación para obtener mejores precios en función al volumen y a la calidad, y permite superar las deficiencias del mercado y compartir riesgos. Por último, recalca que, un pequeño productor no podría acceder a estos beneficios con un bajo costo y lograr su internacionalización, sino es por medio de la asociatividad.

1.2.6 Internacionalización

La internacionalización representa un proceso por el cual una organización introduce determinadas operaciones estratégicas que permiten crear relaciones estrechas en el mercado internacional. La internacionalización refuerza lazos empresariales de corto o largo plazo, lo cual dependerá de la organización (Mejía, 2011).

Las empresas han pasado de una orientación exclusivamente nacional a una progresiva internacionalización de sus actividades. Esto inicia en el área comercial, a través de la exploración de nuevos clientes en mercados internacionales, y en el área productiva, a través de la inversión directa en el mercado exterior (Buisán y Espinoza 2007).

La internacionalización conforma dos aspectos estáticos que son representados por el compromiso de la empresa con el mercado exterior y por el conocimiento de mercados internacionales. Estos son adquiridos por los actores principales en el momento dada la internacionalización (Puyana, 2005). La internacionalización representa una actividad que se centraliza en desenvolver los conocimientos y las competencias necesarias para realizar actividades. Estas actividades van más allá de una frontera nacional, la cual empieza cuando las empresas, agricultores y/o productores comprenden la importancia de las actividades internacionales (Martínez, 2014).

De acuerdo a La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el proceso de internacionalización está sustentado en varias teorías relacionadas al modelo de negocio en el cual se procura operar en el extranjero. Todas las teorías coinciden en establecer que la

internacionalización surge de una necesidad de buscar nuevos mercados. Es por ello, que el proceso de internacionalización se trata bajo una sucesión de etapas que una empresa materializa para lograr sus objetivos (CEPAL, 2005).

El proceso de internacionalización trae consigo distintas teorías a las cuales cualquier organización se puede adaptar. No existe una peor o una mejor teoría. Solo es cuestión de acondicionar las actividades de acuerdo a los objetivos planteados inicialmente. Las teorías antes mencionadas, las cuales se encuentran divididas en tres enfoques, se explican a continuación:

Tabla 7: Perspectivas de las Teorías de la Internacionalización

ENFOQUE	TIPO-MOTIVO	CARACTERÍSTICAS	TEORÍAS Y AUTORES
Perspectiva Económica	Estático (Económico)	Explica el aprovechamiento de ventajas económicas del proceso de expansión de acuerdo a los costos y beneficios.	Teoría de la organización industrial - Kindleberger (1969) y Hymer (1976)
		Pretende explicar la existencia de la empresa multinacional.	Teoría de la Internacionalización - Buckley y Casson (1976)
Perspectiva de Proceso	Dinámico (Económico y de conocimiento)	Compara la teoría del comercio internacional basada en el principio de ventaja comparativa.	Teoría ecléctica de Dunning - Dunning (1988)
		Considera la toma de decisiones y el comportamiento empresarial son procesos totalmente racionales.	Teoría de la ventaja competitiva de las naciones - Michel Porter (1990) Teoría del enfoque macroeconómico - Vernon (1966) y Kojima (1973)
		Explica que las oportunidades de mercado exteriores le son comunicadas a las empresas a través de los miembros de su	El modelo Uppsala - Escuela nórdica - Johanson y Wiedersheim-Paul

Teorías orientadas a la internacionalización de las pymes	Dinámico (Sinergia mutua)	propia red (clientes, distribuidores, gobierno). Plantea la búsqueda de socios estratégicos como modo de entrada a mercados internacionales y para la gestión del riesgo. Hace referencia que la internacionalización es un proceso donde la empresa se compromete a un aprendizaje incremental de retención de recursos y conocimientos para acceder a mercados internacionales.	(1975) El modelo de innovación - Bilkey y Tesar (1977), Cavusgil (1980), Reid (1981), Czinkota (1982) Modelo de planeación sistémica - Miller (1993), Lij Dalgic (2004) El modelo de ciclo de vida de producto de Vernon - Vernon (1966)
		La entrada a mercados en el exterior se entiende a raíz de las interacciones interorganizativas continuas entre empresas locales y sus redes internacionales. Las oportunidades en mercados internacionales llegan a la empresa local a través de los miembros de la red.	Teoría de redes - Johanson y Mattson (1988)
		La aparición de las empresas born global se relacionan con el surgimiento de tres factores importantes: las nuevas condiciones del mercado, desarrollos tecnológicos productivos, comunicación y transporte, y capacidades desarrolladas por las personas.	Teoría de las born global - Knight y Cavusgil (1996), Madsen y Servais (1997), Fillis (2000)

Fuente: Cardozo, Chavarro, y Ramírez (2007). Elaboración: propia

1.2.6.1 Objetivos de la internacionalización

Según Mejía (2011), la internacionalización es un proceso en el cual se pueden encontrar diferentes oportunidades comerciales. Asimismo, permite aprovechar ventajas de localización para

actividades productivas. Los principales estímulos para la internacionalización están conformados por aquellos impulsos que se establecen en un conjunto de factores motivadores que representan un verdadero objetivo empresarial. Estos objetivos serán mostrados en la siguiente Figura:

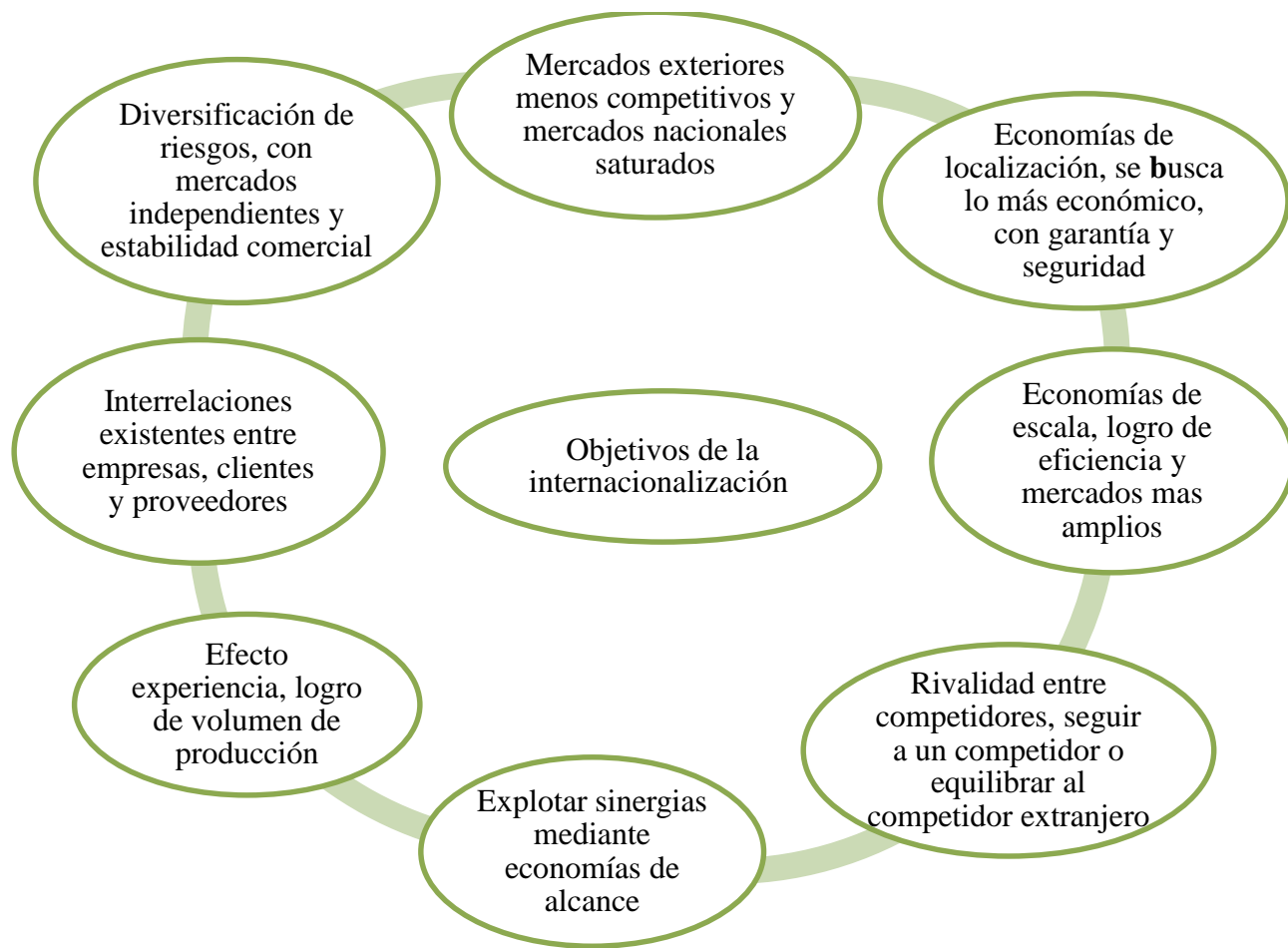


Figura 5: Objetivos de la Internacionalización

Fuente: Mejía (2011). Elaboración propia

No existe un único camino para que una empresa comience a tener actividad internacional. Es por ello, que es posible encontrar una lista con diferentes opciones en función a las operaciones que realice la empresa en el exterior, el riesgo que asumen y los recursos que emplean para su

expansión internacional. Los objetivos simplificados de internacionalización son: la apertura hacia nuevos mercados, costos de producción más bajos y una estructura más eficiente de producción y distribución (Canals, 1994 como se citó en Araya, 2009).

1.2.6.2 Obstáculos para la internacionalización

Existen problemas de naturaleza organizativa que generan una gama de conflictos internos y externos durante el proceso de internacionalización. La disposición sobre el nivel de centralización y descentralización de algunas actividades está unida a dos tipos de mecanismos: de control y de coordinación. El medio por el cual una empresa pueda entrar a un mercado internacional varía de acuerdo a su modelo, su exportación y su concesión de licencias (Araya,2009).

Conseguir la distinción entre factores internos y externos, dentro de una empresa, es útil al momento de describir aquellos obstáculos. El afrontar un reto de internacionalización es desafiante para cualquier empresa que tiene como objetivo salir al mercado internacional, a través de cualquier medio, puesto que tiene que enfrentar y superar los siguientes obstáculos internos o externos (Mejía, 2011).

Tabla 8: Obstáculos internos y externos de la internacionalización

Obstáculos Internos	Obstáculos Externos
- Inexperiencia en el área de comercio exterior y falta de contactos en el mercado destino.	- Infraestructura deficiente, lo cual limita una adecuada gestión de la producción.
- Poca fiabilidad de datos acerca del mercado internacional.	- Falta de recursos financieros, lo cual limita el acceso a créditos para cumplimiento de diferentes funciones que tiene la empresa en su proceso de internacionalización.

-
- Poco personal capacitado y falta de conocimientos acerca del tema de internacionalización.
 - Surgimiento de conflictos para equiparar el precio del producto con el de los competidores.
 - Falta de adecuación de los productos de acuerdo a preferencias de los consumidores.
 - Falta de aplicación de normas técnicas y/o reglamentaciones fitosanitarias y sanitarias, estipuladas por entidades públicas y privadas.
 - Ausencia de créditos financieros para una oferta exportable.
 - Falta de poder de negociación, indispensable para la gestión con proveedores y clientes.
 - Dificultad de los canales de distribución extranjeros, así como la falta de comunicación con distribuidores, proveedores y clientes.
- Altos costos de producción y de transporte.
 - Falta de existencias de políticas macroeconómicas, reguladoras y comerciales que sean favorables para las empresas, lo cual depende del estado central.
 - Falta de conocimiento de los procedimientos para la exportación de productos, así como también de las herramientas de comercio exterior.
 - Diferentes fluctuaciones del tipo de cambio, lo cual varía de acuerdo a las diferentes situaciones que se den en el macro entorno de la empresa.
 - Deficiente protección de derechos de propiedad.
-

Fuente: (Mejía, 2011). Elaboración propia.

De acuerdo a las funciones que realiza una empresa para su internacionalización, ya sea en el aspecto interno o externo, esta se va a encontrar con distintos obstáculos durante su iniciación a nuevos mercados internacionales. La falta de conocimientos y de recursos financieros o materiales son el obstáculo principal para la internacionalización. Estos se pueden superar mediante la toma de decisiones, los cuales permiten aprender sobre los mercados y la manera de operar en el exterior (Pla y León, 2006 como se citó en Araya, 2009).

1.2.6.3 La internacionalización y la asociación de la pequeña agricultura

En las últimas tres décadas han sucedido cambios importantes en la economía nacional, puesto que se ha pasado de buscar la autonomía mediante la inversión extranjera y barreras del comercio internacional, a un proceso donde se busca promover la inversión y el comercio internacional. Los países actualmente buscan modificar su cartera de productos que exportan, mediante la adición de nuevos productos con ventajas comparativas respecto a otros países (Hill, 2011).

Dentro del contexto de una economía agraria, relacionada a la internacionalización, se encuentran pequeños agricultores cuyo nivel de experiencia da origen a una poca capacidad de negociación de su oferta. En esta misma línea, el Minagri tiene como objetivo incrementar la competitividad en el sector agrario e introducirlo a los mercados, dándole más importancia al pequeño productor agrario. Ello implica tener consideración a la inserción de las asociaciones de productores, que con la experiencia obtenida podrán integrarse a las cadenas de exportación (Minagri, 2016).

La integración del pequeño agricultor al grupo de la cadena de exportación es importante; empero, se debe tener cuidado con el nivel de dependencia de sus ingresos y el fortalecimiento de su canal de distribución interna. Es recomendable, que los mismos productores tengan la propia gestión de su negocio, puesto que de esta manera se acercan más al conocimiento de las innovaciones y a los cambios del mercado (Pérez, 2017 como se citó en Barrientos, 2018).

Conjuntamente con ello, es importante señalar que la integración los ayuda generando productos de alta calidad con un valor diferencial a su producción, mejorando su oferta exportable y siendo

más competitivos. La integración de estos productores fortalece la gestión, aumenta su producción y mejora la adquisición de nuevos conocimientos de mercados. Es así, que pueden adquirir la capacidad de participar en su mercado interno (local) y producir para mercados externos (Ocaña, 2017 como se citó en Barrientos, 2018).

1.2.7 Relación entre productividad e internacionalización

La productividad ha sido un término definido a lo largo de los años por diferentes autores, los cuales no varían su percepción de acuerdo a lo que describen en sus investigaciones. La productividad se deduce como la relación entre los productos que se generan y los insumos que se utilizan por cada unidad productiva. Esta relación puede variar por diferencias tecnológicas existentes en el proceso de producción, en la eficiencia del proceso productivo o en el entorno en el que se produce (Sanin y Zimet, 2001).

Según Levitan, la productividad también es la relación entre los recursos utilizados y los productos obtenidos. La diferencia esta enmarcada en la eficiencia con la que los recursos humanos, el conocimiento y el capital, son utilizados para producir bienes y servicios en el mercado. Además, menciona que existen dos términos que se relacionan directamente con la productividad y su definición, estos son la eficiencia y la eficacia (Levitan, 1984 se citó en Martínez y Pico, 2012).

La eficiencia representa una mezcla particular de factores productivos, la cual se encuentra apta para obtener niveles máximos de recursos a un costo mínimo. Si un equipo de trabajo cuenta con determinada cantidad de insumos, los cuales serán utilizados para la producción de bienes y

servicios mediante la productividad. El equipo de trabajo que obtenga mayor número de bienes o servicios utilizando menor número de insumos posible será el más eficiente (García, García y Cabello, 2017, como se citó en García et al,2019; Farrell, 1957 como se citó en García et al,2019).

Para García et al (2019), la eficiencia es un tema redundante para una empresa, puesto que contribuye a la superación del personal, al desarrollo y al progreso de la misma. El uso de los recursos significa un aspecto interno dentro de la misma eficiencia. Al verse esto desde un enfoque económico, se relaciona a la conservación de clientes, costos, tiempos de respuesta y mejora en la calidad. Esto favorece de manera efectiva al mejoramiento de resultados basados en una gestión de materiales.

Por otro lado, la eficacia representa la capacidad de las empresas para lograr la satisfacción del cliente, mediante la identificación de las necesidades y expectativas. Así, se busca introducir las características deseadas por los clientes al producto. Asimismo, la eficacia es la capacidad que se encuentra en función de las condiciones del entorno (Pacheco, Castañeda y Hernán, 2002).

La productividad dentro de una empresa es importante para el proceso de internacionalización, ya que implica distintos procesos que están adheridos a este último, siendo uno de ellos la exportación. A través de esta actividad, las empresas empiezan a colocarse en mercados internacionales, lo cual dependerá del tamaño de la empresa.

Según Laborda y Salas (2007-2008), existen estudios empíricos realizados en base a datos obtenidos de distintas empresa. Ellos manifiestan que la exportación es una actividad selectiva que

algunas empresas realizan y otras no. Es por ello, que surge un vínculo entre el tamaño de la empresa y la internacionalización, que pasa por la productividad. Es así que, mientras más grande sea una empresa, más productiva será y a su vez es más probable que esté internacionalizada.

La relación entre productividad e internacionalización de una empresa representa un cuadro estático, puesto que el punto de partida de la empresa, su nivel de productividad, influye en las decisiones sobre su internacionalización. Una vez obtenida la experiencia de exportación, la internacionalización tendrá un impacto positivo en el crecimiento de la productividad. La dinámica de la productividad que influye en la internacionalización tendrá como consecuencia que la decisión de exportar no sea cambiada, puesto que, esta última aportaría beneficios positivos para la empresa. En estos beneficios denominados intangibles, se puede encontrar a la experiencia adquirida en mercados exteriores lo cual proporciona un aprendizaje de nuevas técnicas de gestión, producción y mayor capacidad de negociación (Laborda y Salas, 2007-2008).

Finalmente, para Laborda y Salas (2007-2008) existe una dinámica de exportación e internacionalización que perfecciona la productividad futura, además de los beneficios que se esperan a raíz de tomar la decisión de exportar. Mencionan que la productividad de la empresa está positivamente relacionada con el volumen de sus ingresos y el volumen de sus ventas. Explican que las empresas deben aprovechar a la exportación para mejorar sus procesos y su productividad.

1.2.8 Competitividad e internacionalización

La competitividad se define como la capacidad que tienen las empresas para la creación y mantenimiento de ventajas competitivas. Ello permite mejorar, sostener y alcanzar un determinado puesto en el entorno socioeconómico de la empresa. Las ventajas competitivas se pueden adquirir a través de la generación de recursos, conocimientos, habilidades y atributos que permitan lograr mejores resultados que los de sus competidores (Asociación Española de Contabilidad y Administración, s.f. como se citó en Montes, 2018).

Para Mejía (2011), la competitividad puede ser definida en tres niveles diferentes en referencia a la amplitud y al objeto de estudio, por lo cual se puede detectar tres nociones de competitividad, que son: Competitividad microeconómica, Competitividad macroeconómica y Competitividad estructural. La competitividad microeconómica se encuentra relacionada a la capacidad de las empresas para competir en los mercados mediante volúmenes de inversiones. La competitividad macroeconómica está relacionada a la capacidad que tiene un país para producir bienes y servicios mediante un libre comercio, tanto para el mercado nacional como internacional. La competitividad estructural se condiciona a la competitividad de una empresa con elementos como: insumos e infraestructura, industrias relacionadas y de apoyo, estrategia, estructura sectorial, rivalidad empresarial y por último las condiciones de la demanda.

Para la OCDE & Eurostat (2005), el aumento y la mejora de la competitividad en las empresas necesitará de constante innovación, cambios para mejora del producto y/o servicio y nuevos métodos organizativos, lo cual generará valor para la empresa.

La internacionalización y la competitividad son conceptos que son frecuentemente relacionados. Es así, que se busca conocer si las empresas se internacionalizan para ser competitivas o si buscan ser competitivas para poder internacionalizarse. El realizar un análisis de la competitividad y su relación con la internacionalización, implica comprender los conceptos múltiples de los distintos significados y alcances que engloba el término competitividad. Cabe hacer hincapié que la competitividad puede ser vista desde un enfoque micro y macroeconómico (Botero, 2014).

La competitividad a lo largo del tiempo ha sido vinculada con aspectos como: la gestión de la producción, la gestión de recursos humanos, la dirección estratégica, el marketing, la gestión del conocimiento, nuevas tecnologías, entre otros. Estos aspectos han tenido su espacio clave para llegar a ser competitivos dentro de una empresa (García E.; Coll, V.; Blasco, O. M^a. 2005 como se citó en Botero, 2014).

Para Botero (2014), la competitividad es un fenómeno multidisciplinario que abarca una variedad de diferentes perspectivas. Botero menciona que no se puede dejar de lado la relación directa que puede existir entre competitividad e internacionalización, puesto que los indicadores de medición para ambos pasan de manera mutua produciendo un efecto de reforzamiento difícil de explicar: Una empresa es competitiva porque está internacionalizada o una empresa se internacionaliza porque quiere ser competitiva.

En síntesis, la competitividad y la internacionalización son dos condiciones que están aliadas a la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa, en el tiempo. Estos son dos procesos que relacionan

estratégicamente a las funciones de los gobiernos y de las empresas, ya que cada uno tiene responsabilidades y compromisos, funcionales y estructurales, que generan las condiciones adecuadas para el desarrollo local e internacional (Botero,2014).

1.2.9 Implicancias del Financiamiento en la Internacionalización

El acceso a financiamiento es un tema importante a tratar, ya que garantiza que las empresas puedan ejecutar exitosamente programas que permitan su internacionalización. Aproximadamente un 30% de MIPYMES (micro, pequeña y mediana empresa) recurren a fuentes de financiamiento para exportar. Estas mipymes indican que las tasas de interés son inadecuadas y que limitan el acceso a líneas de crédito. Asimismo, aseguran que el financiamiento y los fondos de inversión ayudan a lograr el éxito de una exportación; sin embargo, tienen poco conocimiento acerca de los programas. Las mipymes encuentran ciertos obstáculos relacionados con el financiamiento como: garantías excesivas, cortos plazos de pago, altas tasas de interés y altos tiempos de espera para la aprobación de un financiamiento. Sintetizando, una primordial limitación es la poca adecuación de mercado financiero a las necesidades de las mipymes (Chaves y Segura, 2010).

La baja intervención de pequeñas y medianas empresas en el sector privado relacionado al crédito, se convierte en un problema del cual se aquejan las economías modernas desde hace muchos años. Las explicaciones que se dan, se basan en la existencia de fallas en el funcionamiento de los mercados de créditos. Ello debido a que los bancos cuentan con escasa información (proyectos de empresas, falsos balances contables, entre otros) para realizar evaluaciones de riesgo, y a su vez hacen difícil medir el riesgo de incobrabilidad por parte de estas entidades financieras. Para los

autores, una pequeña empresa tiene fácil acceso a financiamiento cuando (1) la banca privada esta compuesta de capital nacional, (2) predominan bancos estatales o públicos, (3) existen entidades financieras de menor tamaño que brindan mayor flexibilidad y (4) si se dispone de un banco nacional de desarrollo (Goldstein, Zuleta, y Garrido, 2011).

Por otro lado, Cotler (2017) menciona que es fundamental que en el mundo de las finanzas se encuentre también el pequeño productor agrícola. Es por ello, que es necesario que el Estado y las diferentes instituciones del sector financiero creen y oferten instrumentos que sean de fácil aplicación, entendimiento y que se ajusten a las posibilidades de los agricultores. A través de esta inclusión financiera y la creación de productos financieros las pequeñas empresas y agricultores ingresarían al mundo de la formalización.

1.2.10 Provincia de Huaral

1.2.10.1 Ubicación

La provincia de Huaral (ver figura 6) se encuentra ubicada exactamente al norte de la Capital Lima, aproximadamente a 81 Km de Lima y a 1 Km de la ciudad de Chancay. Está conformada por 12 distritos, es una provincia joven (creadas hace 29 años) y es la tercera provincia más extensa de la costa peruana (PDCA, 2008-2021).



Figura 6: Distritos de la provincia de Huaral.

Fuente: “Estadísticas de PAM 2015,” por Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), 2015

1.2.10.2 Análisis FODA

De acuerdo a un análisis FODA realizado por la Municipalidad de Huaral, se encontraron elementos fundamentales, los cuales se deben tener en cuenta para la formación de una asociatividad. Huaral cuenta con importantes recursos naturales como es el recurso del suelo para la agricultura (fortaleza) y el uso del Mega Puerto de Chancay aumento de la producción interna y de las exportaciones (oportunidad). Sin embargo, la provincia cuenta con poca infraestructura de riego que limita la productividad de la actividad agrícola (debilidad) y tiene una creciente competencia de inversiones en actividades industriales y logísticas, en ciudadanos del entorno de Huaral (Amenaza) (Municipalidad Provincial de Huaral, enero 2018).

1.2.10.3 Actividad Agraria

En Huaral, la actividad agraria es la más importante, ya que tiene una posición fundamental dentro de su desarrollo y su ascenso, esto representa una fuente de riqueza en su economía. Esta provincia es una de los principales abastecedores de productos alimenticios del país, incluyendo la fruticultura y los productos agroindustriales (Huaral.pe, 2010).

Una de las fortalezas que tiene la provincia de Huaral son las características que poseen sus tierras de cultivo, ya que sus tierras tienen una gran capacidad para la siembra de frutales. El adecuado uso de sus suelos sirve para mantener activas las diferentes actividades como son las agrícolas, pecuarias o forestales. El suelo de esta provincia se ve condicionado por el clima, la humedad, la topografía, la erosión de los suelos y las condiciones físico-químicas (Municipalidad Provincial de Huaral, 2011).

Los tipos de tierras de Huaral son: (1) Tierras para cultivos en limpio: Tierras para el desarrollo de la agricultura y sembríos de corto periodo vegetativo. (2) Tierras para cultivos permanentes: Tierras que permiten implantar cultivos perennes y semi perennes, como los árboles frutales. (3) Tierras para pasto: Tierras que permiten implantar pastos de cultivo para el desarrollo de la actividad pecuaria. (4) Tierras para producción forestal: Tierras que permiten producir madera. (5) Tierras de protección: Tierras donde se encuentran zonas de Pico, pantanos, playas y cauces de río. Se puede presentar vegetación diversa, herbácea o arbórea (Municipalidad Provincial de Huaral, 2011).

1.2.10.4 Oferta exportable

La Municipalidad Provincial de Huaral (2011), en su plan regional exportador, señala que las exportaciones de la región de Lima crecieron por encima del crecimiento de la exportación nacional. Esta asciende a un 18% para Huaral y a un 7% para Lima. Huaral es una de las tres provincias, junto a Huara y Cañete, que tienen mayor participación en la exportación de Lima. Uno de los productos agroindustriales de exportación que posee es la mandarina con aproximadamente 5 900 hectáreas. Se encuentra también una oferta exportable de cítricos, tales como las naranjas y tangelos. Estas exportaciones han mostrado una tendencia al crecimiento, ya que representa un 55% de la producción de esta familia de frutas a nivel nacional.

Otra de las frutas más exportadas en la región es la Palta Hass con aproximadamente 6400 hectáreas sembradas, para el año 2016. Su tiempo de cosecha es desde el mes de mayo a septiembre. La chirimoya es otros de los productos que aproximadamente posee 1200 hectáreas de cultivo, donde actualmente su oferta se realiza en presentación fresca o con valor agregado (pulpa congelada). Las exportaciones de Palta Hass y Chirimoya, han sido dirigidas principalmente a los mercados de Estados Unidos, Países bajos, Canadá, España, Francia y Chile. Asimismo, las exportaciones ascienden a un valor FOB aproximado de 142 y 22 millones USD, respectivamente (Mincetur,2016).

Actualmente, en Huaral se pueden encontrar cuatro asociaciones destacadas como: AGROINDUSTRIA CAMPO VERDE S.A.C., DEL ANDE ALIMENTOS S.A.C., PROCESADORA TORRE BLANCA S.A. y VERDEFLORES S.A.C. Estas, para el año 2019, han

exportado principalmente la palta. Cabe que esta una de las frutas más destacadas que produce el Perú a nivel internacional. Las empresas antes mencionadas han exportado en el año 2019 a países como Chile, Rusia, España, Francia, Polonia, Reino Unido, Estados Unidos y China (Servicio Público de Constitución Fiscal,2019).

De las cuatro asociaciones, VERDEFLORES S.A.C. exporta un valor FOB de US\$ 4,058,602 dólares, con 1, 988,950 KG y que representa el 58% de la participación de las exportaciones peruanas de la provincia de Huaral. En la Tabla 9 se puede apreciar las exportaciones de la palta en valor FOB, países a donde se exporta y la participación de las asociaciones que se encuentran actualmente activas. Asimismo, en la Tabla 10 se encuentra la cantidad en Kilogramos exportadas.

Tabla 9: Tabla de Asociaciones de Huaral

Asociaciones	Participación	Suma de FOB
AGROINDUSTRIA CAMPO VERDE S.A.C.	36%	1781818
Chile	1%	66436
Netherlands	10%	514174
Russian federation	1%	17556
Spain	21%	1098529
United States	2%	85123
DEL ANDE ALIMENTOS S.A.C.	1%	4
United States	1%	4
PROCESADORA TORRE BLANCA S.A.	6%	214002
Netherlands	4%	144387
Spain	1%	69615
VERDEFLORES S.A.C.	58%	4058602
China	2%	160967
France	1%	61507
Germany	3%	278997
Netherlands	41%	2686457

Poland	1%	41712
Spain	9%	743813
United Kingdom	1%	85149
Total general	100%	6054426

Fuente: Aduanet (Servicio Público de Constitución Fiscal)

Tabla 10: Cantidad exportada en KG

Asociaciones	2019
AGROINDUSTRIA CAMPO VERDE S.A.C.	793955
DEL ANDE ALIMENTOS S.A.C.	19
PROCESADORA TORRE BLANCA S.A.	139660
VERDEFLOR S.A.C.	1988950
Total general KG	2922584

Fuente: Aduanet (Servicio Público de Constitución Fiscal)

En general, la agricultura en Huaral esta direccionada a un mercado internacional y nacional. Ello se ve reflejado en su cartera de productos existentes como son los cultivos industriales (algodón, maíz amarillo duro), cultivos de hortalizas, tubérculos, y cultivos permanentes como los frutales manzana, mandarina, melocotón, palta, chirimoya, mango, naranja, fresas entre otros (La Municipalidad Provincial de Huaral, 2011).

Huaral se caracteriza por poseer asociaciones formales que fueron creadas con gran potencial de capital monetario, como es el caso de la Asociación Torre Blanca y las asociaciones informales que fueron formadas por pequeños productores frutales. Uno de estos casos es de la Asociación de productores de Palpa.

En la provincia de Huaral se pueden encontrar distintas comunidades y/o distritos que cuentan con alto potencial productivo de diferentes frutas que se cosechan de acuerdo a la temporada. Palpa es

una comunidad que se encuentra al Este del Centro de Huaral. En ella se encuentra una pequeña asociación recién formalizada compuesta por diferentes productores de Huaral, la cual está constituida formalmente con el nombre de “Asociación Palpa – Huaral”. Estos productores se han ido integrando a la asociación de boca a boca; es decir, que entre los mismos productores se han ido pasando la voz e informando acerca de ella (Cabezas, 2021).

La “Asociación Palpa – Huaral” cuenta con un alto potencial, ya que tiene capacidades productivas, productos de calidad, adaptación a cambios estacionales de las frutas sembradas y producción tradicional (no utilizan pesticidas contaminantes). Todas estas características permiten que los pequeños productores, que conforman la asociación, generen confianza a sus clientes (Cabezas, 2021).

De acuerdo una entrevista realizada al Sr. Martín Cabezas Días (Anexo 3), quien fue designado como entrevistado por el Sr. Saturnino Padilla Huanca- representante de la Asociación Palpa, menciona que está conformada por productores de los distritos y/o comunidades de Aucallama, Huaral Centro, Boza, Esperanza Alta y la misma comunidad de Palpa. Dentro de la asociación, los productores cuentan con diferentes ideas de cómo empezar a comercializar y exportar sus productos hacia mercados exteriores, puesto que este es un objetivo que pretenden cumplir de manera conjunta (Cabezas, 2021).

1.2.11 Definición de términos básicos

El desarrollo de la presente investigación se realizará en base a los siguientes conceptos teóricos citados por diferentes autores, los cuales complementarán a la comprensión del problema de investigación y el desarrollo de la misma.

Asociatividad: La asociatividad se pone en práctica y se concibe como una manera de combatir el egoísmo, promover la solidaridad entre los gremios empresariales y el trabajo en equipo, para elevar el nivel de competitividad. Es un mecanismo a través de cual se accede a mercados foráneos y constituye una forma de construir modelos originales para identificar prácticas gerenciales. Surgió como un mecanismo de cooperación para crear valor mediante la resolución de problemas que comúnmente se originan por el desconocimiento (Gutiérrez, 2015, p.308).

Internacionalización: La internacionalización tiene que ser vista desde un enfoque estratégico, ya que resulta de adoptar distintas estrategias donde se consideran las capacidades y recursos que tiene la empresa u organización, como son las oportunidades y amenazas de su entorno. La internacionalización se define como el proceso del cual una empresa es partícipe, debido a la globalización en la cual el sector empresarial se encuentra. Esto se refiere más que todo al modo en que una empresa proyecta y planea sus actividades para un entorno internacional, generando flujos financieros, comerciales y de conocimiento entre varios países del mundo (Araya, 2009).

Según Blanco-Jiménez et al (como se citó en De Paula y Fischer, 2005; Ritzer, 2011), la internacionalización de las empresas no solo está relacionada al aspecto comercial, sino que

también se tiene en contexto al aspecto cultural. Siendo este último muy importante para entender aquellos cambios e interrelaciones que existen en todos los países del mundo, ya que todas estas culturas se fusionan paulatinamente en un todo.

Competitividad: El éxito de una empresa depende de la competitividad. Si la empresa logra desarrollar productos y servicios con un costo y calidad que sea superior o comparable al de otras empresas (su competencia), se puede considerar que esta apta para combatir dentro de un mercado con altas demandas. La competitividad de una empresa dependerá de su organización estructural, su capacidad de producción que le permita elevar sus ventas y sus actividades internas. Una empresa puede ser la más productiva en su círculo comercial; sin embargo, ello dependerá de las condiciones externas (el costo y precio de insumos) (Rubio, L. y Baz, V., 2004).

Productividad: El término productividad implica el mejoramiento del proceso productivo, puesto que se hace referencia a la cantidad de recursos que se utiliza comparados a la cantidad de bienes y servicios que se producen (Carro y Gonzales, s.f.).

La productividad se puede medir de manera eficiente y eficaz utilizando el trabajo y el capital para producir valor económico. La implicancia de una alta productividad es la producción de mucho valor económico resultante de poco capital y poco trabajo. El incremento de esta productividad refiere a que se puede producir mucho más con lo que se tiene. El fomentar la productividad es importante para una empresa, puesto que implica el análisis de factores que impiden un uso eficiente de los recursos con los que cuenta una empresa. Dentro de estos factores se pueden encontrar las habilidades gerenciales, la estructura organizacional, la innovación en los productos,

los procesos de aprendizaje en la producción, la inversión y el desarrollo en tecnologías de la información (Galindo, Mariana y Viridiana Ríos,2015).

Financiamiento: se refiere a las posibilidades de la obtención de recursos económicos para abrir, mantener y desarrollar nuevos proyectos en una empresa. Es la manera como se obtiene dinero para ejecutar inversiones, desarrollar operaciones e impulsar el crecimiento de la organización. Este se obtiene mediante de recursos propios de la empresa como son: la autofinanciación, recursos generados por las operaciones realizadas por la empresa, aportaciones de los socios, emisión de acciones y/o recursos externos que generen una deuda saldable en un corto, mediano o largo plazo (Torres, Guerrero y Paradas, 2017 como citó a Brealy, 2007).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

2.1.1 Hipótesis Principal

- Existe una relación significativa entre la asociatividad y la intención internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

2.1.2 Hipótesis derivadas

- La productividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.
- La competitividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.
- El financiamiento tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

2.2 Variables y definición operacional

La presente investigación está conformada por 2 variables, variable 1 (Intención de Internacionalización) y variable 2 (Asociatividad). La interacción de cada variable a lo largo de la investigación demostrará las hipótesis planteadas. La operacionalización de estas variables ayudará a determinar el método por el cual van a ser analizadas. En la tabla 11 se observa que la variable “asociatividad” cuenta con 3 dimensiones que han sido definidas de acuerdo al estudio del marco teórico y la previa exploración de temas relacionados a esta investigación.

Tabla 11: Operacionalización de la Variable 1 (Asociatividad)

VARIABLE 1: ASOCIATIVIDAD		
Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional
Productividad	Eficiencia	Capacidad de disponer de algo para conseguir un efecto determinado.
	Eficacia	Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.
	Economía de escala	Disminución del costo por unidad de producción relacionado al incremento de la capacidad de producción
Competitividad	Mercados Internacionales	Clientes potenciales para la venta de los productos.
	Estándares de Calidad	Características que tienen los productos para la internacionalización.
	Innovación	Desempeño en el mercado que tienen los productores o empresas en relación a su competencia.
Financiamiento	Recursos Financieros	Medio de financiamiento para obtener recursos (materia e insumos).
	Recursos Materiales	Insumos para inicio de una siembra y cosecha del productor.
	Recursos Técnicos o Tecnológicos	Medios para la fabricación o producción del producto final.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 12 se observa la definición operacional de la variable 2:

Tabla 12: Operacionalización de la variable 2 (Intención de internacionalización)

VARIABLE 2: INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN	
Dimensión	Definición Operacional
Internacionalización	Proceso por el cual los productores se introducen a nuevos mercados internacionales, es decir, participan de la globalización para seguir satisfaciendo grandes demandas potenciales.

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

La presente investigación es de diseño no experimental, puesto que se va a observar el comportamiento de la variable 1 (Asociatividad) y la variable 2 (Intención de Internacionalización), y estas no han sido manipuladas, dentro de la “Asociación Palpa – Huaral”. El alcance de la investigación es de tipo correlacional, debido que se investiga y se mide la relación entre la asociatividad y la intención de la internacionalización de los productores de fruta. Esta es comprobada a través del coeficiente de correlación (indicadores y relación estadística).

El enfoque de la investigación es cuantitativa - descriptivo, debido que la información y/o datos recolectados se obtuvieron mediante encuestas. La aplicación de las encuestas a los productores de fruta permitió la comprobación de las hipótesis planteadas, la relación entre las variables y posteriormente, la formulación y elaboración de las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Asimismo, la presente investigación recolecta y cumple las condiciones metodológicas de una investigación aplicada. Se utilizaron conocimientos de las ciencias administrativas en la aplicación de la evaluación del comportamiento entre la asociatividad y la intención de internacionalización de la Asociación estudiada (Asociación Palpa-Huaral). Se demostrará que una de ellas dependerá obligatoriamente del correcto funcionamiento de la otra. En esta investigación no se propone ningún sistema nuevo que permita la internacionalización de empresas y/o productores, debido que la asociatividad es un mecanismo que ya existe en la actualidad.

3.2 Diseño Muestral

3.2.1 Población

La población objeto de estudio está conformada por 41 productores de fruta (asociados/as) que conforman la “Asociación Palpa-Huaral”. La mencionada está compuesta por 26 asociados hombres y 15 asociadas mujeres que siembran diferentes tipos de frutas, tales como: manzana fuji y delicia, melocotón, durazno, mandarina.

3.2.2 Muestra

Para el caso de la presente investigación, debido a que la asociación está conformada por solamente 41 productores de fruta, la muestra estuvo constituida por todos los elementos de la población, lo cual significa que se consideró una muestra de tipo censal.

3.3 Técnicas de recolección de datos

a) Encuesta

El método utilizado fue la encuesta con el fin de adquirir y compartir conocimientos nuevos de la experiencia y situación de los encuestados (Ver anexo 3). La encuesta permitió obtener mejores resultados y establecer un mejor contacto con la unidad de análisis; es decir, los 41 productores de fruta de la provincia de Huaral pertenecientes a la “Asociación Palpa-Huaral”. La encuesta aplicada contiene las siguientes características:

- La encuesta está compuesta por 54 preguntas, las primeras 24 preguntas se refieren a las características demográficas y personales de los productores de fruta como: nombre, sexo, edad, número de hijos, nivel de estudios, situación conyugal, cantidad de tierras y su opinión acerca de la asociatividad como tal.
- Las siguientes 30 preguntas están elaboradas en base a las variables planteadas, sus dimensiones y sus respectivos indicadores. Estas preguntas fueron adaptadas de diferentes preguntas realizadas previamente por distintos autores y están elaboradas en base a una escala de Likert (1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Totalmente de acuerdo).
- Cada ítem busca investigar sobre la intención que tienen los productores de la “Asociación Palpa-Huaral” de internacionalizarse a través de la asociación, además, de indagar sobre aquellos aspectos que ellos consideran importantes para el logro de su internacionalización. Estos aspectos están relacionados principalmente a las dimensiones e indicadores seleccionados de acuerdo a un previo análisis del marco teórico. Las preguntas fueron evaluadas y revisadas por especialistas en el tema. La estructura de la encuesta puede ser revisada dentro de la matriz de operacionalización. (Anexo 4)
- Una de las características de la encuesta es que está estructurada bajo dos variables las cuales son la variable 1 (Asociatividad) y la variable 2 (Intención de Internacionalización). la variable 1 está compuesta por tres dimensiones que son la productividad, la competitividad y el financiamiento.

La primera dimensión se adaptó de autores como Puello (2016) y Meraz, Maldonado y García (2015). Los ítems registran información sobre aspectos importantes como son la eficiencia,

eficacia y economías de escala. La escala tuvo 9 ítems con alternativas tipo Likert (1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo). Esta dimensión está compuesta desde la pregunta 1 hasta la 9.

Tabla 13: Tabla de Ítems para la Dimensión Productividad

Ítems para la Dimensión Productividad
1. Considera que es necesario realizar una medición y evaluación del nivel de la productividad para su internacionalización.
2. Considera que una producción en conjunto con sus compañeros de la asociación aportaría a su internacionalización.
3. Considera importante una adecuada gestión de los recursos para su producción en su proceso de internacionalización.
4. Considera importante tener una buena relación directa con el cliente en el proceso de su internacionalización.
5. Considera importante realizar una gestión de proveedores de insumos para su internacionalización.
6. Considera importante contar con un catálogo de productos a ofrecer para su proceso de internacionalización.
7. Considera que a través de la asociación puede disminuir sus costos de producción.
8. Considera que a través de la asociación la cantidad de la producción puede aumentar para su intención de internacionalización.
9. Considera que a través de la Asociación puede incrementar el precio del producto.

Fuente: Adaptado de Puello (2016); Meraz, Maldonado y García (2015)

La segunda dimensión se adaptó de autores como Meraz, Maldonado y García (2015); De la Hoz, González y Santana (2016). Los ítems registran información sobre aspectos importantes como son los mercados internacionales, estándares de calidad e innovación. La escala tuvo 9 ítems con alternativas de Likert, (1= Nada importante, 2= Poco importante, 3= Importante, 4= Muy importante, 5= Totalmente importante). Está compuesta desde la pregunta 10 hasta la pregunta 18.

Tabla 14: Tabla de Ítems para la Dimensión Competitividad

Ítems para la Dimensión Competitividad
1. Considera importante realizar investigación de mercado para su intención de internacionalización.
2. Considera importante realizar un análisis acerca de su competencia, sus clientes y sus estrategias de mercado.
3. Como productor considera que existen oportunidades de negocio en el exterior.
4. Considera que su producto puede cumplir con estándares de calidad.
5. Considera que su producto cumple con regulaciones de seguridad e higiene.
6. Considera que su producto se ajusta a las características demandas por países extranjeros.
7. Considera que la asociación cuenta con la tecnología adecuada para ser competitiva.
8. Considera que es importante innovar sus productos para lograr una internacionalización.
9. Considera la opción de invertir en I+D para su proceso de internacionalización.

Fuente: Adaptado de Meraz, Maldonado y García (2015); Dela Hoz, González y Santana (2016)

La tercera dimensión también fue adaptada de los autores Dela Hoz, González y Santana (2016), Hernández, Mendoza y González (2008) y Yusuf (2019). Los ítems registran información sobre aspectos importantes como son los recursos financieros, recursos materiales, recursos técnicos y/o tecnológicos. La escala tuvo 6 ítems con alternativas de tipo Likert (1= Nada importante, 2= Poco importante, 3= Importante, 4= Muy importante, 5= Totalmente importante). La dimensión está compuesta desde la pregunta 19 hasta la pregunta 24.

Tabla 15: Tabla de Ítems para la Dimensión Financiamiento

Ítems para la Dimensión Financiamiento
1. Considera importante realizar investigación de mercado para su intención de internacionalización.
2. Considera importante realizar un análisis acerca de su competencia, sus clientes y sus estrategias de mercado.
3. Como productor considera que existen oportunidades de negocio en el exterior.
4. Considera que su producto puede cumplir con estándares de calidad.
5. Considera que su producto cumple con regulaciones de seguridad e higiene.
6. Considera que su producto se ajusta a las características demandas por países extranjeros.

Fuente: Adaptado de Dela Hoz, González y Santana (2016) y Hernández, Mendoza y González (2008)

Asimismo, la variable 2 (Intención de Internacionalización) está compuesta también por preguntas adaptadas de investigaciones previas pertenecientes a Hernández, Mendoza y González (2008) y Yusuf (2019). Los ítems registran información directa sobre la opinión de los productores acerca de la “asociación Palpa-Huaral”. La escala tuvo 6 ítems con alternativas de tipo Likert (1= Nada importante, 2= Poco importante, 3= Importante, 4= Muy importante, 5= Totalmente importante). La dimensión está compuesta desde la pregunta 25 hasta la pregunta 30.

Tabla 16: Tabla de Ítems para la Variable 2 (Intención de internacionalización)

Ítems para la Variable 2: Intención de internacionalización
1. La asociación realiza esfuerzos por vender en el extranjero los productos que fabrica y/o comercializa.
2. La asociación tiene compromiso con las actividades exportadoras.
3. Los miembros de la asociación cuentan con información relacionada con las actividades de exportación.
4. La asociación está preparada para gestionar los riesgos relacionados con las exportaciones.
5. Yo percibo que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación.
6. Es importante mantener una buena imagen de los productos para ser reconocida en otros países.

Fuente: Adaptado de Hernández, Mendoza y González (2008) y Yusuf (2019)

Adicionalmente a ello, se entregó un protocolo de consentimiento informado a los productores de la “Asociación Palpa-Huaral”, donde se les indica el uso que se le dará a la información proporcionada y el compromiso de concederles una copia de la investigación, una vez finalizada.

3.3.1 Confiabilidad y validez del instrumento

3.3.1.1 Confiabilidad del instrumento

El instrumento aplicado para la investigación contiene dos características importantes que son la confiabilidad y su validez, esta se relaciona a la precisión y la exactitud del modo en el que se van a medir las variables (Corral, 2009).

La confiabilidad se transcribe en términos de un coeficiente de correlación que indica el grado de afinidad que existe entre dos conjuntos de puntuaciones. El coeficiente de correlación puede estar entre 0 y 1, donde 0 significa confiabilidad nula y 1 una máxima confiabilidad perfecta (muy alta).

En la Tabla 17 se muestran los rangos de confiabilidad utilizados para la presente investigación.

Tabla 17: Rangos de Confiabilidad

Rangos	Interpretación
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: (Corral, 2009).Nota: Tomado de Ruiz Bolívar (2002) y Palella y Martins (2003)

Para realizar el análisis de fiabilidad y validez del instrumento, se recurrió a la técnica de la Teoría Clásica de los Test (TCT), que incluye el análisis del método de Alfa de Cronbach. Este resultado obtuvo un promedio de las variables (v_1 y v_2) y las dimensiones de la variable 1. El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por 54 preguntas.

En la Tabla 18 se observa la cantidad de sujetos que fueron considerados para determinar la fiabilidad de los métodos Alfa de Cronbach, Spearman-Brown y Coeficiente de dos mitades de

Guttman. Asimismo, se afirma que todos los datos ingresados son válidos, por lo que no se excluyó ninguno.

Tabla 18: Resumen de procesamiento de datos

		<i>N</i>	%
Casos	Válido	41	100,0
	Excluido (a)	0	,0
	Total	41	100,0

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

Nota: (a) La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Con respecto al análisis del Alfa de Cronbach, se obtuvo un resultado de 0.850. De acuerdo a los rangos de confiabilidad utilizados en la presente investigación, este resultado indica un rango de confiabilidad de un nivel MUY ALTO (ver Tabla 19).

Tabla 19: Estadística de Fiabilidad – Alfa de Cronbach

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.850	30

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

Del Coeficiente de Spearman-Brown se obtuvo un resultado de 0,724 y 0,730. De acuerdo a los rangos de confiabilidad utilizados en la presente investigación, estos resultados son considerados como ALTO. Por otro lado, el Coeficiente de dos mitades de Guttman resultó en 0,496, el cual es considerado como MODERADO (Ver Tabla 20).

Tabla 20: Estadísticas de Fiabilidad

<i>Estadísticas de Confiabilidad</i>		
Coeficiente de	Longitud igual	0,724
Spearman Brown	Longitud desigual	0,730
Coeficiente de dos mitades de Guttman		0,496

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

Conjuntamente, en el análisis de los resultados se emplearon tablas personalizadas, técnicas descriptivas de frecuencias, donde se analiza la media, el promedio de la media, la desviación estándar, la asimetría y la curtosis. Asimismo, se realizó el análisis inferencial de la prueba de normalidad de las variables y las dimensiones correspondientes. Por otro lado, con respecto a la comprobación de las hipótesis se hará uso de la Rho de Spearman, la cual ayudará a establecer la relación entre las variables Asociatividad (V1) e Intención de Internacionalización (V2). Así, como también las correlaciones entre la variable 2 y las dimensiones de la variable 1.

3.3.1.2 Validez del instrumento

Para obtener la validez del constructo se consideró todo el instrumento, incluyendo las preguntas demográficas y situacionales de los productores de fruta de la “Asociación de Palpa-Huaral”. Ante ello, se obtuvo un promedio de las variables y sus dimensiones, los resultados analizados fueron la media y la desviación estándar a través de histogramas para facilitar el entendimiento de los datos expuestos. Estos serán descritos en el capítulo de resultados. El cuestionario utilizado en esta investigación ha sido analizado y aceptado por dos expertos:

Tabla 21: Validadores del instrumento

Expertos	Grados
Mg. Chafloque Céspedes María Raquel	Investigadora del Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Economista por la Universidad de San Martín de Porres. Master Sciences en Estadística Aplicada por la Universidad Nacional Agraria de La Molina
Mg. Escudero Cipriani Carlos Antonio	Maestro en Negocios Internacionales - Universidad de San Martín de Porres (Perú). Master Business Administration (MBA) por Hochschule Furtwangen University (Alemania). Licenciado en Administración de Negocios Internacionales por la Universidad de San Martín de Porres.

Fuente: Elaboración propia

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de información

La encuesta fue creada en Google Forms y fue compartida a los 41 productores de la Asociación en estudio. La información fue recolectada en dos modalidades, presencial y online, debido a que existían ciertos productores que no contaban con acceso a internet (falta de tecnología o red). La información de google fue descargada en archivo de Excel, al cual se adicionó de manera manual la digitalización de las encuestas físicas.

El análisis de datos obtenidos en los cuestionarios de las encuestas se realizó a través del uso de técnicas y herramientas estadísticas, como gráficos estadísticos para el ordenamiento de la información obtenida. Se utilizó una matriz de tabulación y los datos fueron procesados en el programa SPSS (Statistical Package for Social Sciences). En este último, se construyeron tablas de contingencia para identificar la influencia de la Asociatividad y la Intención Internacionalización.

3.5 Aspectos éticos

Se tiene conocimiento que el desarrollo de la ética dentro de una investigación ha estado presente a lo largo de los años. La presencia de los aspectos éticos es importante para respetar ciertos derechos de autor, así como para seguir aquellas reglas con las cuales se empiezan para la elaboración de una investigación, sea científica o no. La presente investigación no es ajena a la presencia de estos aspectos, ya que está siendo realizada bajo estrictos términos éticos. Esto quiere decir que se sustenta bajo principios éticos y morales (Salazar, Icaza y Alejo, 2018).

Por otro lado, se brindó al representante de la “Asociación Palpa-Huaral” y a los productores una carta de consentimiento en la cual ellos aceptan su participación voluntaria y se formaliza el pedido de la realización del trabajo de campo en el mes de noviembre a diciembre del año 2020. Esto se dio con el fin de que el proceso de recolección de datos se desarrolle de manera transparente y con total aprobación de los participantes (Salazar, Icaza y Alejo, 2018). En síntesis, se puede decir que el desarrollo de esta investigación es factible porque se cuenta con los recursos necesarios. Además, se contó con el consentimiento de las personas encuestadas y las autoridades correspondientes a la Asociación analizada.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

Este capítulo contiene información obtenida mediante la encuesta de 54 preguntas, realizada a los productores de fruta de la “Asociación Palpa-Huaral”. Ello, fue fundamental para dar respuesta al problema planteado: -¿Existe relación entre la Asociatividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020?

Para la presente investigación, se obtuvo información sobre las características demográficas de los encuestados. Además, se obtuvo el consentimiento y participación voluntaria correspondiente para la aplicación de las encuestas realizadas (Ver Tabla 22 y 23):

Tabla 22: Participación de los encuestados

Consentimiento informado		Frecuencia	Porcentaje
Doy mi consentimiento para participar en el estudio	Sí	41	100.0%
	No	0	0.0%
He decidido libremente participar en el estudio.	Si	41	100.0%
	No	0	0.0%
Comprendo que mi participación es voluntaria	Sí	41	100.0%
	No	0	0.0%

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

En la Tabla 22 se puede observar que los 41 productores encuestados dieron su consentimiento y aceptaron participar voluntariamente de la encuesta.

Tabla 23: Características Demográficas de los encuestados

	Características	Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Masculino	26	63.4%
	Femenino	15	36.6%
Estado Civil	Conviviente	9	22.0%
	Separada/o	1	2.4%
	Soltero/a	3	7.3%
	Casado/a	28	68.3%
Nivel de Estudios	Secundaria Completa	17	41.5%
	Superior no universitaria completa	7	17.1%
	Superior universitaria incompleta	16	39.0%
	Superior universitaria completa	1	2.4%

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

En la Tabla 23 se observa las características demográficas de los productores, de las cuales se puede resaltar que el 63,4% son hombres y el 36,6% son mujeres, mostrándose así que estas asociaciones cuentan con presencia femenina. Esto significa que cumplen un rol dentro de los programas de emprendimiento asociativo que ciertas veces impulsa el sector público para así poder superar las denominadas asimetrías de género (Mora, G. y Constanzo, J., 2017).

Asimismo, se puede observar que un 41,5% de los productores han completado su secundaria completa y el 39% de ellos no han culminado sus estudios superiores. Tal resultado se relaciona con el escaso conocimiento que puedan tener con respecto a la formación de una asociación y lo que implica la internacionalización.

Tabla 24: Situación Actual y Proyección de los Asociados (n=41)

Interrogantes		Porcentaje
Constitución Legal	Persona natural con negocio	54%
	Persona jurídica	41%
	No estoy constituido legalmente	5%
Condición de la Propiedad	Propietario de la tierra de cultivo	98%
	Solo trabajo la tierra de cultivo	2%
Condición del título de propiedad	Cuenta con título de propiedad	88%
	Se encuentra en trámite	12%
Cantidad de Hectáreas	Menos de 1 hectárea	5%
	De 1 a 5 hectáreas	83%
	De 6 a 10 hectáreas	12%
Permanencia en la Asociación Palpa - Huaral	1 años	10%
	2 años	54%
	3 años	22%
	4 años	15%
Acceso a Financiamiento a través de la Asociación	Sí	100%
	No	0%
Experiencia en Exportación	Sí	12%
	No	88%
Número de veces de exportación	0	88%
	1	7%
	2	5%
Destino de Producción	Mercado Nacional	95%
	Mercado Exterior	0%
	Ambos	5%
Aceptación de la conformidad de la Asociación	SÍ	100%
Decisión a futuro para con la Asociación	Permanecer	80%
	No sabe / No opina	20%

Recomendación de formación de una Asociatividad	Sí	100%
---	----	------

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

En la Tabla 24 se puede observar que la situación actual de los productores en cuanto a su formalización. El 54% de los productores se considera persona natural con negocio propio y el 41% de ellos se considera persona jurídica constituida legalmente. Con respecto a la tierra, el 98% es propietario de la tierra y por ende el 88% de ellos tiene título de propiedad. El 83% tiene de 1 a 5 hectáreas y el 12% de 6 a 10 hectáreas, lo cual demuestra que la asociación tiene un potencial importante para la producción y exportación de sus productos. De acuerdo a los criterios de exclusión e inclusión, el 54% de los productores ha pertenecido a la asociación un tiempo de 2 años y que el 47% del restante está dentro de los años considerados en los criterios que son de 2 a 5 años de participación en la asociación.

Seguidamente, se observa que el 100% de los productores considera que el formar parte de una asociación es propicio para obtener financiamientos. Por el lado, de la internacionalización y exportación solo un 12% de ellos ha exportado de manera individual, lo cual demuestra que el 95% del mercado al cual se dirigen es nacional. Por último, se consideró importante conocer la opinión de los productores con respecto a la formación, integración y participación de una asociación, donde el 100% de los productores está conforme con la formación, el 88% piensa permanecer y el 100% recomienda la formación o integración de una asociación.

4.2 Descripción de la muestra

La muestra está conformada por cuarenta y uno (41) productores de fruta, socios de la Asociación Palpa-Huaral. Cabe resaltar que la investigación está basada en una lista brindada por el representante de la Asociación, debido a ello, es que se presenta una muestra censal.

4.3 Análisis y codificación de datos

4.3.1 Encuesta

a) Codificación de encuesta

La matriz de codificación se encuentra en el apartado de Anexos.

4.3.2 Análisis Descriptivo

Los datos recolectados han sido analizados mediante dos (02) variables: Asociatividad (V1) e Intención de Internacionalización (V2). La variable 1 tiene 3 dimensiones - productividad, competitividad y financiamiento – que se desarrollan en tres indicadores cada una. La primera dimensión tiene a la eficiencia, eficacia y economías de escala. La segunda dimensión desarrolla las siguientes: mercados internacionales, estándares de calidad e innovación. La tercera dimensión desarrolla: recursos financieros, recursos materiales y recursos técnicos o tecnológicos. Estas dos variables fueron analizadas en 30 de las 54 preguntas de la encuesta.

Las variables mencionadas se resumen a través de gráficos de barras agrupados por cada indicador de cada dimensión. Del mismo modo, se explican los análisis de cada cuadro, el cual está

conformado por preguntas asociadas a cada indicador ubicado en la matriz de operacionalización. Se ha interpretado los datos que forman parte del gráfico de barras como resultado de la aplicación de la encuesta.

Dimensión 1: Productividad (VI)

La dimensión tiene 3 indicadores que son: Eficiencia (P25-P27), Eficacia (P28-P30) y Economías de Escala (P31-P33). En la Tabla 25 se observan los ítems de la dimensión 1 (Productividad):

Tabla 25: Dimensión 1 - Productividad

N° de Pregunta	Ítem	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Promedio
P25	Es importante realizar una medición y evaluación del nivel de la productividad para internacionalizarse.	0.0%	29.3%	70.7%	4.7
P26	Una producción en conjunto con mis compañeros de la asociación aportaría en la internacionalización.	0.0%	22.0%	78.0%	4.8
P27	Es importante una adecuada gestión de los recursos de producción para la internacionalización.	0.0%	41.5%	58.5%	4.6
P28	Es importante obtener una relación directa con el cliente en la internacionalización.	0.0%	51.2%	48.8%	4.5
P29	Realizar una gestión de proveedores de insumos	0.0%	73.2%	26.8%	4.3

	es importante para internacionalizarse.					
P30	Es importante contar con un catálogo de productos a ofrecer para iniciar la internacionalización.	4.9%	70.7%	24.4%	4.2	
P31	A través de la asociación puedo disminuir los costos de producción.	0.0%	46.3%	53.7%	4.5	
P32	A través de la asociación la cantidad de la producción puede aumentar para internacionalizarse.	0.0%	0.0%	29.3%	70.7%	4.7
P33	A través de la asociación puede incrementar el precio del producto.	0.0%	0.0%	56.1%	43.9%	4.4

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

De acuerdo a la Tabla 25, se muestran resultados positivos en cuanto a productividad (dimensión 1 de la V1-Asociatividad) dentro de una asociación para el logro de la internacionalización. Se realizan preguntas acerca de la eficiencia, eficacia y economías de escala, indicadores relacionados a la dimensión y que a su vez ayudan al análisis de la investigación.

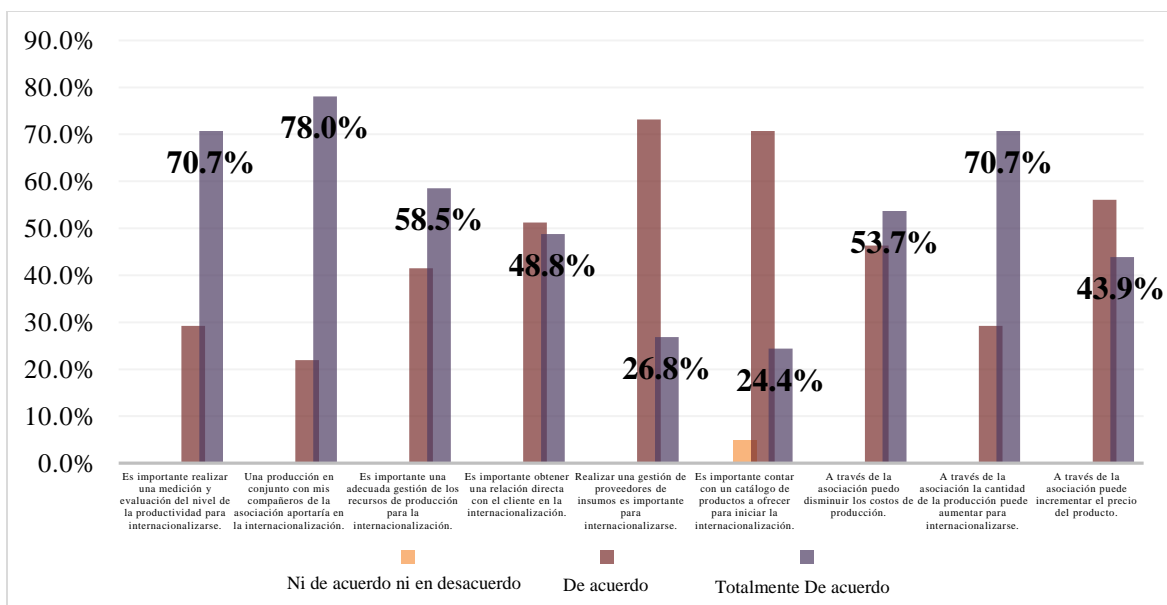


Figura 7: Dimensión 1-Productividad

Nota: Elaboración a partir de la encuesta a productores de Asociación Palpa

En la figura 7, se observa que para el indicador eficiencia uno de los porcentajes más altos obtenidos fue que un 78% de los productores está **totalmente de acuerdo** que una producción en conjunto aportaría a la asociación. Mientras que, para el indicador eficacia, un 73,2% está **de acuerdo** con que es importante realizar una gestión de proveedores. Asimismo, para el indicador economías de escala, un 70,7% está **totalmente de acuerdo** que mediante la asociación la producción puede aumentar. Además, cabe notar que un 4.9% de los productores que piensa que el contar con un catálogo de productos no es relevante para que la asociación se internacionalice.

Se observa que los productores consideran y están en total acuerdo que la eficiencia, la eficacia y la economía de escala, son importantes para la internacionalización que ellos quieren lograr. Aspectos como la evaluación y medición del nivel de productividad, una correcta gestión de

recursos, una cartera y/o catálogo de productos a ofrecer, el incremento del precio y disminución de los costos, se pueden lograr a través de la asociación. Con un promedio de 4.5 para la productividad, se refleja que los productores consideran o están totalmente de acuerdo en la importancia de la productividad en una asociatividad que busca internacionalizarse.

Dimensión 2: Competitividad (VI)

La dimensión tiene 3 indicadores que son: Mercados Internacionales (P34-P36), Estándares de calidad (P37-P39) e Innovación (P40-P42). En la Tabla 26 se observan los ítems de la dimensión 2 (Competitividad):

Tabla 26: Dimensión 2 - Competitividad

N° de Preguntas	Ítem	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Promedio
P34	Es importante realizar una investigación de mercado del país destino para internacionalizarse.	0.0%	0.0%	31.7%	70.7%	4.7
P35	Es importante realizar un análisis acerca de la competencia, clientes y estrategias de mercado.	0.0%	0.0%	19.5%	78.0%	4.8
P36	Como productor, existen oportunidades de negocio en el exterior.	0.0%	2.4%	46.3%	58.5%	4.6
P37	El producto puede cumplir con	0.0%	14.6%	75.6%	48.8%	4.5

	estándares de calidad nacionales e internacionales.					
P38	El producto puede cumplir con regulaciones de seguridad e higiene nacionales e internacionales.	0.0%	17.1%	78.0%	26.8%	4.3
P39	El producto se ajustaría a características demandadas por países extranjeros.	0.0%	26.8%	65.9%	24.4%	4.2
P40	La asociación cuenta con la tecnología adecuada para ser competitiva a nivel nacional.	51.2%	39.0%	7.3%	53.7%	4.5
P41	Es importante la innovación en los productos para lograr una internacionalización.	2.4%	0.0%	65.9%	70.7%	4.7
P42	La opción de invertir en I+D (investigación y desarrollo) es importante para la internacionalización.	0.0%	0.0%	65.9%	43.9%	4.4

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

En la Tabla 26, se muestran resultados en lo que respecta a la importancia de la competitividad (dimensión 2 de la VI-Asociatividad) dentro de una asociación para el logro de la internacionalización. Se pregunta acerca de mercados internacionales, estándares de calidad e

innovación, indicadores relacionados a la dimensión y que a su vez complementan el análisis de la investigación.

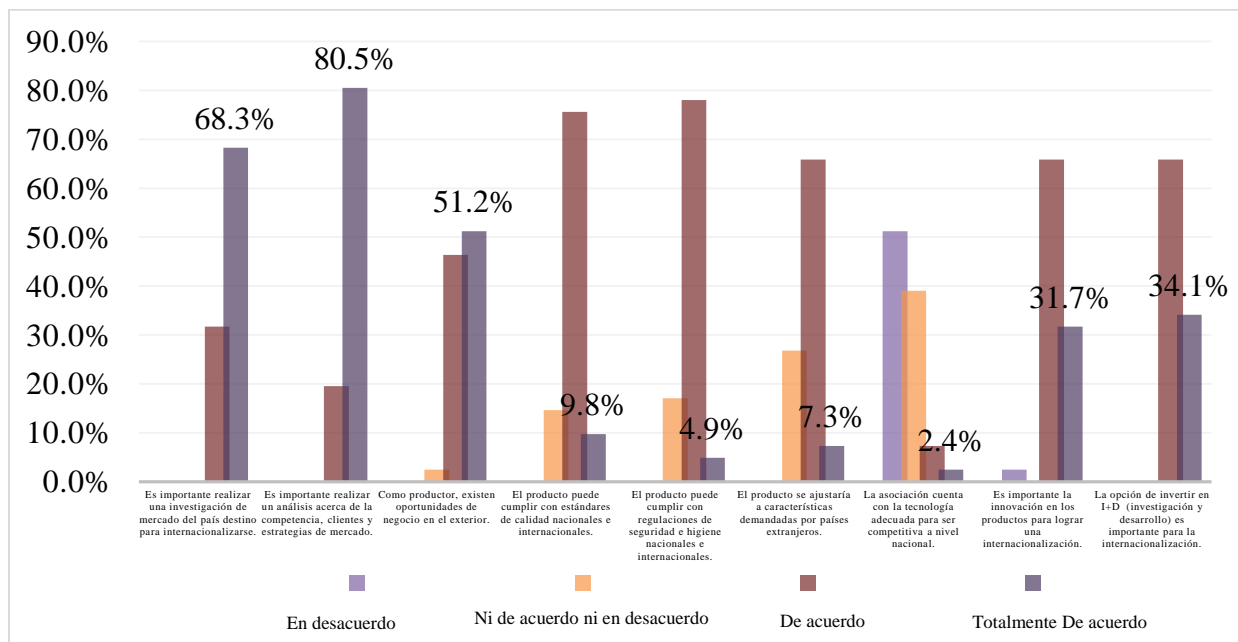


Figura 8: Dimensión 2 – Competitividad

Nota: Elaboración a partir de la encuesta a productores de Asociación Palpa

En la figura 8, se observa que para el indicador mercados internacionales uno de los porcentajes más altos obtenidos fue que un 80.5% de los productores encuestados está **totalmente de acuerdo** que el realizar un análisis sobre la competencia, los clientes y las estrategias de mercado es fundamental. Mientras que, para el indicador estándares de calidad un 78% está **de acuerdo** que sus productos pueden cumplir con regulaciones de seguridad e higiene a nivel nacional e internacional. Asimismo, para el indicador innovación, un 65,9% está **de acuerdo** que la innovación en los productos y la inversión en I+D es fundamental para la internacionalización.

Además, cabe notar que un 2.4% de los productores tiene la duda de que existan oportunidades en el mercado internacional y a su vez piensan que no es necesaria la innovación en su producción. Así como también, un 14,6% y un 26,8% piensan que aún les hace falta cumplir con ciertos estándares, lo cual conlleva a su vez que su producto no pueda ajustarse al mercado internacional. Un 51,2% de los productores considera que a la asociación no cuenta con la tecnología suficiente. Estos resultados quieren decir que en la asociación aún existen productores con falta de experiencia y convicción, e incertidumbre acerca de su internacionalización. Con un promedio de 4.1 para la segunda dimensión, se refleja que los productores consideran o están totalmente de acuerdo en la importancia de la competitividad en una asociatividad que busca internacionalizarse.

Dimensión 3: Financiamiento (VI)

La dimensión tiene 3 indicadores que son: Recursos Financieros (P43-P44), Recursos Materiales (P45-P46) y Recursos Técnicos o Tecnológicos (P47-P48). En la Tabla 27 se observan los ítems de la dimensión 3 (Financiamiento):

Tabla 27: Dimensión 3 - Financiamiento

N° de Pregunta	Ítem	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Promedio
P43	La asociación cuenta con posibilidad de obtener un crédito en el sector financiero.	0.0%	0.0%	48.8%	68.3%	4.7

P44	La asociación cuenta con posibilidad de obtener crédito con los proveedores.	0.0%	0.0%	61.0%	80.5%	4.8
P45	Es necesario planificar el uso de los recursos financieros para la producción de la asociación.	0.0%	0.0%	43.9%	51.2%	4.5
P46	La asociación cuenta con suficiente infraestructura local.	53.7%	41.5%	0.0%	9.8%	4.0
P47	Es necesario que la asociación renueve equipos y maquinarias.	0.0%	4.9%	22.0%	4.9%	3.9
P48	Es necesario implementar mecanismos de control de calidad para el abastecimiento suministros (materia prima, herramientas, entre otros).	0.0%	0.0%	63.4%	7.3%	3.8

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada a los productores de fruta

En la tabla 27, se muestran resultados en lo que respecta al financiamiento dentro de una asociación para el logro de la internacionalización. Se les pregunta acerca de recursos financieros, recursos materiales y recursos técnicos y/o tecnológicos, indicadores relacionados a la dimensión en mención y que, a su vez, complementan el análisis de la investigación.

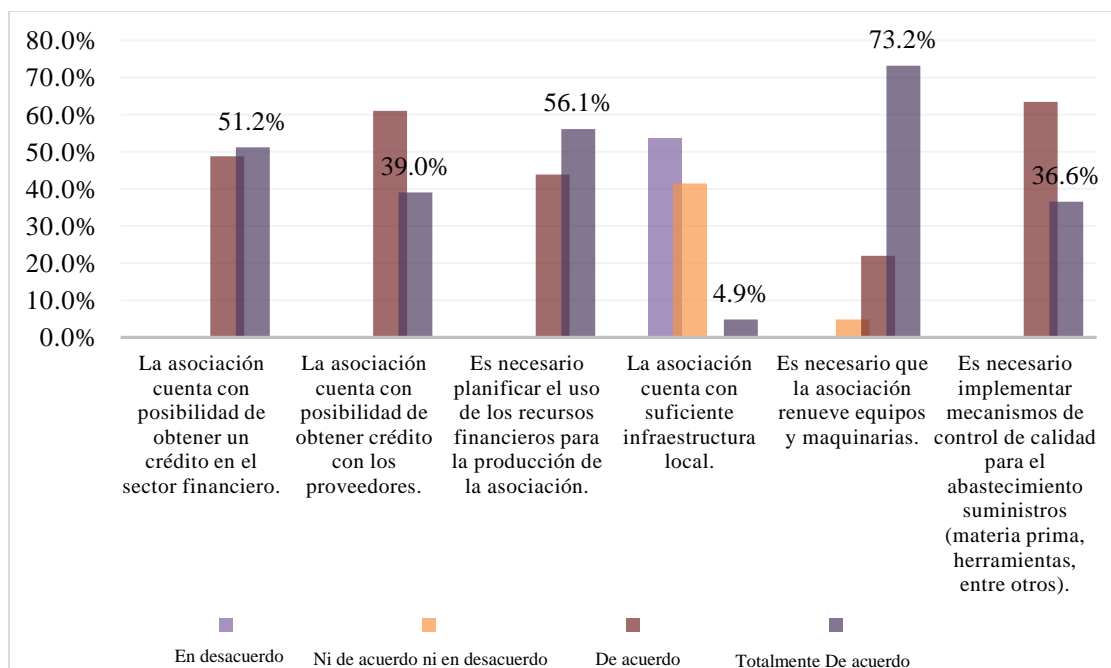


Figura 9: Dimensión 3 - Financiamiento

Nota: Elaboración a partir de la encuesta a productores de Asociación Palpa

En la figura 9, se observa que para el indicador recursos financieros uno de los porcentajes más altos obtenidos fue que un 61% de los productores encuestados está de acuerdo con que la asociación cuenta con posibilidad de obtener crédito con los proveedores y un 51,2% que la asociación tiene posibilidades de obtener créditos financieros. Mientras que, para el indicador recursos materiales un 56,1% está totalmente de acuerdo con que es necesario planificar el uso de los recursos financieros para la producción de la asociación.

Asimismo, para el indicador recursos técnicos o tecnológicos, un 73,2% está totalmente de acuerdo. Es necesario que la asociación renueve equipos y maquinarias para su proceso de internacionalización. Además, cabe notar que un 53,7% de los productores piensa que la asociación no cuenta con la suficiente infraestructura local para la intención de

internacionalización que ellos tienen. Un 63,4% piensa y/o está de acuerdo con que necesario implementar mecanismos de control de calidad para el abastecimiento de suministros. Estos resultados quieren decir que la asociación en la intención s proceso de internacionalización será necesario que implementen dichas medidas, así como también a través de una buena planificación en la obtención de créditos financieros obtener nuevas maquinarias, equipos y mejora de su infraestructura local.

Con un promedio de 4.1 para la segunda dimensión, se refleja que los productores consideran o están totalmente de acuerdo en la importancia de la competitividad en una asociatividad que busca internacionalizarse.

Por otro lado, de acuerdo a las tablas mostradas en la parte superior en donde se muestran los resultados de la variable 1 que es la “asociatividad”, a continuación, se mostrará la tabla con los resultados de la variable 2 correspondiente a “internacionalización”.

Variable 2: Intención de Internacionalización

La variable 2 cuenta con 6 preguntas, estas fueron adaptadas de acuerdo al tema de investigación.

En la Tabla 28 se observan los ítems de la variable 2:

Tabla 28: Variable 2 – Intención de Internacionalización.

N° de Pregunta	Ítem	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Promedio
----------------	------	---------------	--------------------------------	------------	-----------------------	----------

P49	La asociación se esforzará por vender en el extranjero los productos que fabrica y/o comercializa.	0.0%	0.0%	31.7%	68.3%	4.7
P50	La asociación tiene compromiso con las actividades exportadoras.	0.0%	0.0%	43.9%	56.1%	4.6
P51	Los miembros de la asociación contamos con información relacionada con las actividades de exportación.	14.6%	43.9%	19.5%	22.0%	3.5
P52	La asociación está preparada para gestionar los riesgos relacionados con las exportaciones.	0.0%	17.1%	63.4%	19.5%	4.0
P53	Que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación.	0.0%	0.0%	41.5%	58.5%	4.6
P54	Es importante mantener una buena imagen de los productos para ser reconocidos en otros países.	0.0%	0.0%	48.8%	51.2%	4.5

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta realizada a los productores de fruta

En la Tabla 28, donde se muestran resultados de las preguntas relacionadas a la variable 2 (intención de internacionalización). Se observará el compromiso y disposición que muestra y tiene la asociación para el logro de su internacionalización.

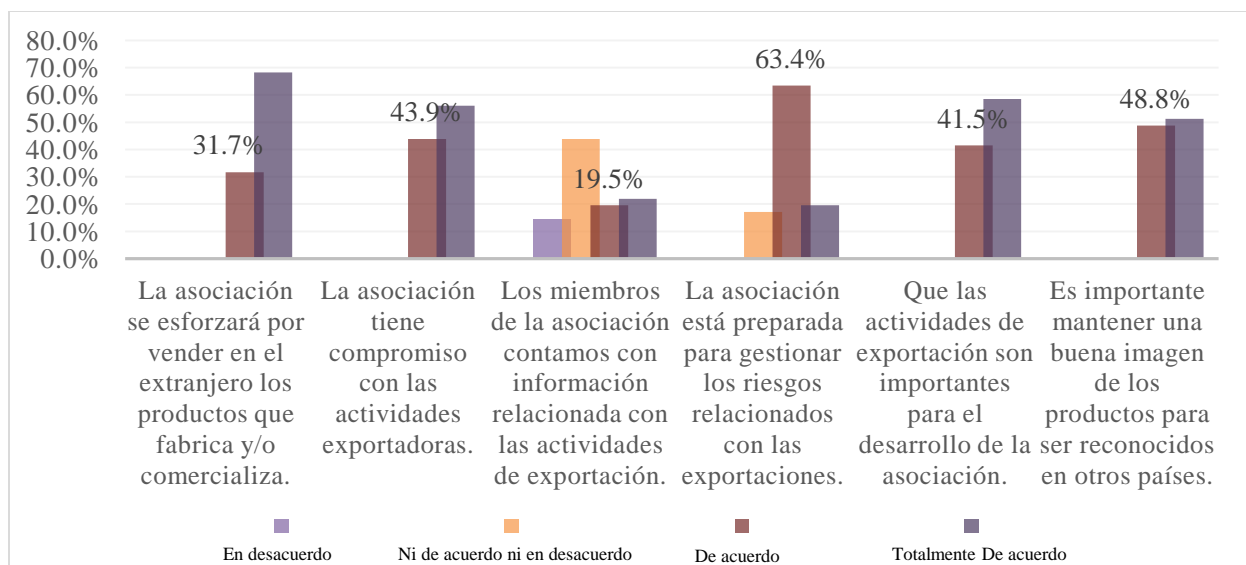


Figura 10: Variable 2 – Intención de Internacionalización

Nota: Elaboración a partir de la encuesta a productores de Asociación Palpa

En la figura 10, se observa que el 68,3% de los productores está totalmente de acuerdo en que la asociación se esforzará por vender en el extranjero. Asimismo, un 43,9% y un 56,1% está de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente, en que la asociación se compromete a realizar actividades exportadoras en un futuro. En relación al siguiente resultado en donde un 43,9% de los productores responden neutralmente, a que, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, si los asociados tienen información relacionada a las actividades de exportación. Esto demuestra que existe aún una falta de información acerca de actividades de comercio exterior.

Ello, tendría que cambiar para el inicio de su proceso de internacionalización, debido a que un 58,5% está totalmente de acuerdo en que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación. También un 51,2% de los productores considera que para la internacionalización es importante mantener una buena imagen de los productos, lo cual les

ayudaría a ser reconocidos en otros países. Finalmente, de acuerdo al puntaje dado a una escala de Likert donde “Totalmente de acuerdo” es 5 y “Totalmente en desacuerdo” es 1. Con un promedio de 4.3 para la variable internacionalización, se refleja el compromiso y la importancia que le tienen los productores al iniciar un proceso de internacionalización.

4.3.3 Análisis Inferencial

a) Prueba de Normalidad de las variables

La presente investigación cuenta con una muestra no probabilística de 41 personas, representadas por los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral. La prueba de normalidad utilizada para las variables y dimensiones es Shapiro-Wilk, para la cual el tamaño muestral debería ser igual o inferior a 50. En la Tabla 29 el análisis de la prueba muestra el contraste de ajuste de una distribución normal:

Tabla 29: Prueba de Normalidad

	<i>Pruebas de normalidad</i>		
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Asociatividad	0.971	41	0.363
Productividad	0.934	41	0.019
Competitividad	0.938	41	0.027
Financiamiento	0.946	41	0.052
Intención de Internacionalización	0.924	41	0.009

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Resultado obtenido de análisis estadístico de SPSS

De acuerdo a la prueba se puede observar la distribución de las siguientes hipótesis planteadas:

H0: La distribución estadística es normal, entre la variable Asociatividad e Intención de Internacionalización.

H1: La distribución estadística no es normal, entre la variable Asociatividad e Intención de Internacionalización.

- **Análisis de la Variable (1): Asociatividad**

En primer lugar, se puede observar que la prueba estadística de la Variable (1) Asociatividad ha obtenido un valor de 0.971 y la significación estadística ($p=0.363$). Como “p” es mayor a 0.05, entonces, se acepta la H0, y se afirma que la variable Asociatividad sigue una distribución normal.

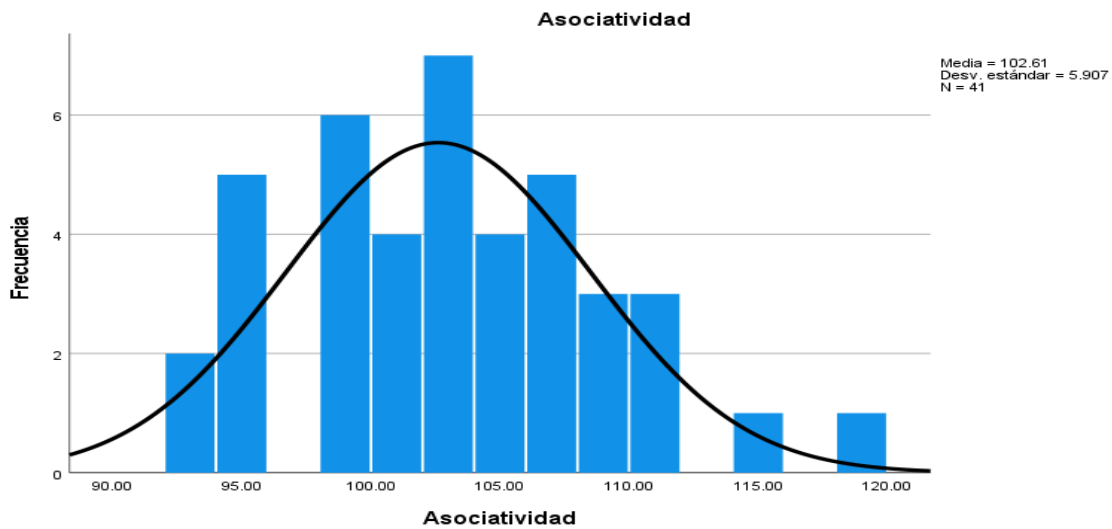


Figura 11: Histograma de ASOCIATIVIDAD

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 11, el histograma obtenido del previo análisis de la prueba de normalidad, presenta una morfología muy parecida a la curva de Gauss, sin simetrías. Se concluye que, sigue una

distribución normal, los datos se reparten en valores bajos, medios y altos, creando un gráfico de forma acampanada.

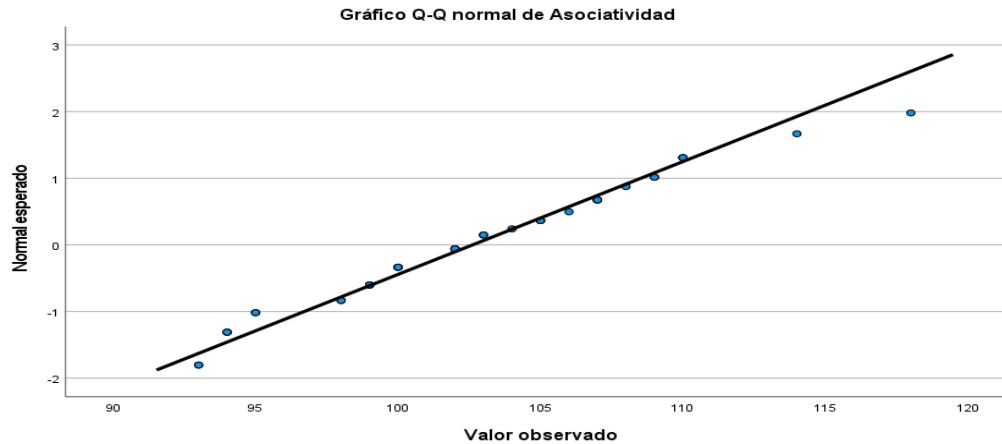


Figura 12: A. Gráfico Q-Q normal de ASOCIATIVIDAD

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 12, obtenida a partir de los resultados de SPSS en la corrección de Lilliefors para K-S, se observa que todos los puntos coinciden sobre la línea recta. En consecuencia, se puede afirmar que la variable Asociatividad no sigue una distribución normal. Cabe resaltar que se ha realizado también el Gráfico Q-Q normal sin tendencias el gráfico de cajas o de bigotes (revisar anexo 6).

- **Análisis de la Dimensión 1: Productividad (variable-1)**

En relación a la primera dimensión, se puede observar que la prueba estadística ha obtenido un valor de 0.934 y la significación estadística ($p=0.019$). Como p es menor a 0.05, entonces, se rechaza la H_0 , y se afirma que la dimensión productividad sigue una distribución no normal.

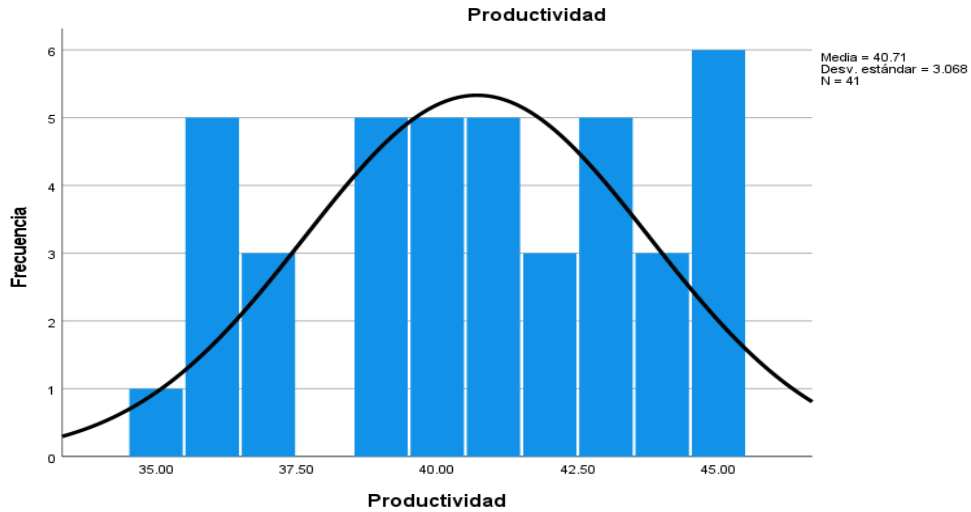


Figura 13: Histograma de PRODUCTIVIDAD
 Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 13, el histograma obtenido del previo análisis de la prueba de normalidad, presenta una morfología similar a la curva de Gauss, sin simetrías. Se concluye que, sigue una distribución no normal.

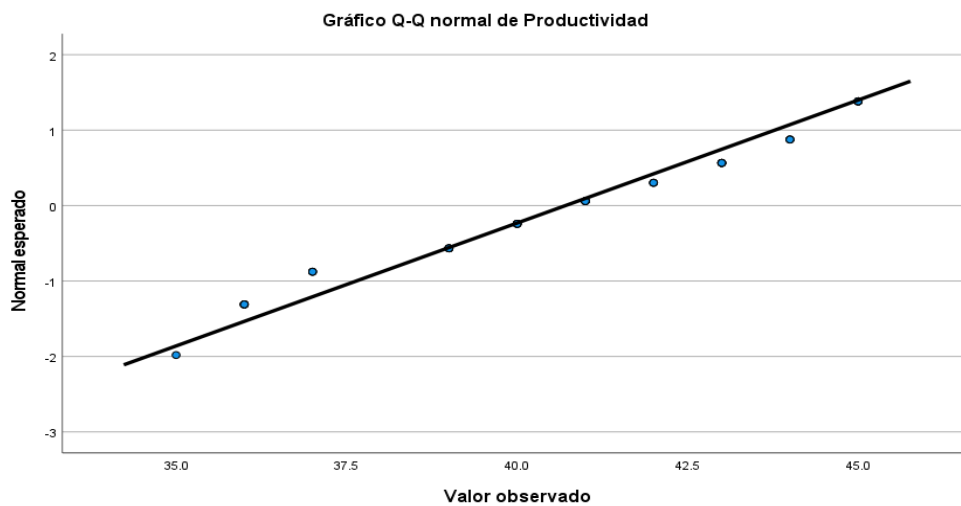


Figura 14: A. Gráfico Q-Q normal de PRODUCTIVIDAD
 Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 14, obtenida a partir de los resultados de SPSS, se observa que todos los puntos coinciden sobre la línea recta, se puede afirmar que la dimensión Productividad sigue una distribución normal.

- **Análisis Dimensión 2: Competitividad (variable 1)**

En relación a la segunda dimensión, se puede observar que la prueba estadística ha obtenido un valor de 0.938 y la significación estadística ($p=0.027$). Como p es menor a 0.05, entonces, se rechaza la H_0 , y se afirma que la dimensión competitividad sigue una distribución no normal.

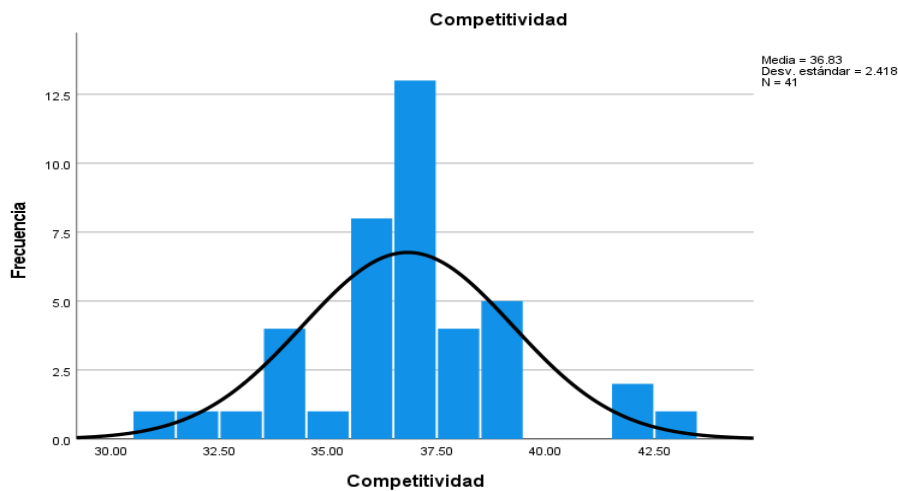


Figura 15: Histograma de COMPETITIVIDAD

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 15, el histograma obtenido del previo análisis de la prueba de normalidad. Esta presenta una morfología similar a la curva de Gauss, sin simetrías. Se concluye que sigue una distribución no normal.

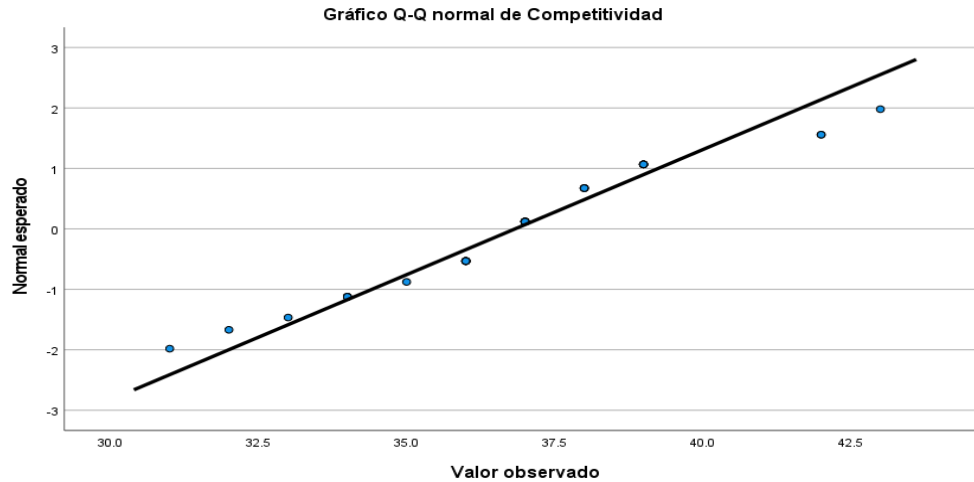


Figura 16: A. Gráfico Q-Q normal de COMPETITIVIDAD

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 16, obtenida a partir de los resultados de SPSS, se observa que todos los puntos coinciden sobre la línea recta, entonces, se puede afirmar que la dimensión Competitividad sigue una distribución no normal.

- **Análisis de la Dimensión 3: Financiamiento (variable 1)**

En relación a la tercera dimensión, se puede observar que la prueba estadística ha obtenido un valor de 0.946 y la significación estadística ($p=0.052$). Como p es mayor a 0.05, entonces, se acepta H_0 , y se afirma que la dimensión financiamiento sigue una distribución normal.

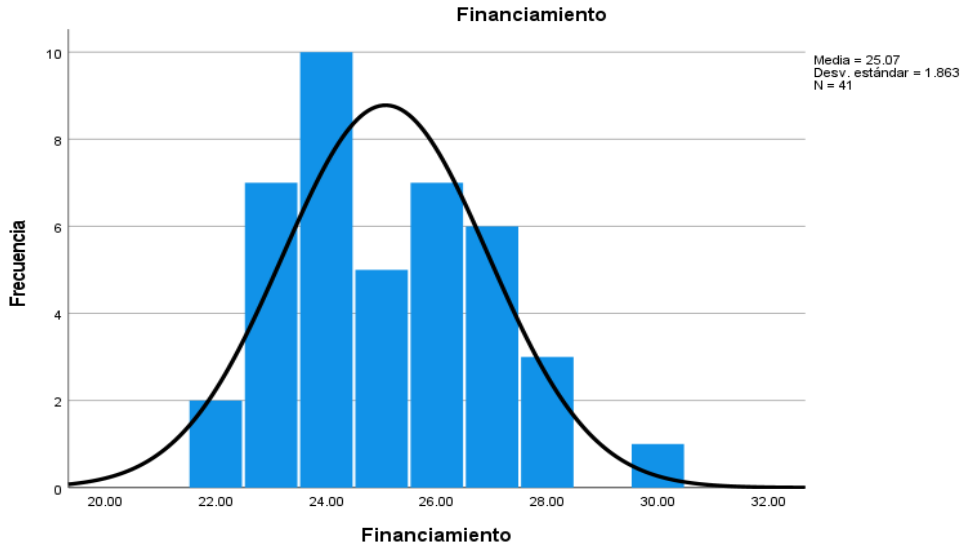


Figura 17: Histograma de FINANCIAMIENTO

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

Se observa en la figura 17, el histograma obtenido del previo análisis de la prueba de normalidad, presenta una morfología similar a la curva de Gauss, sin simetrías, lo cual concluye que sigue una distribución normal.

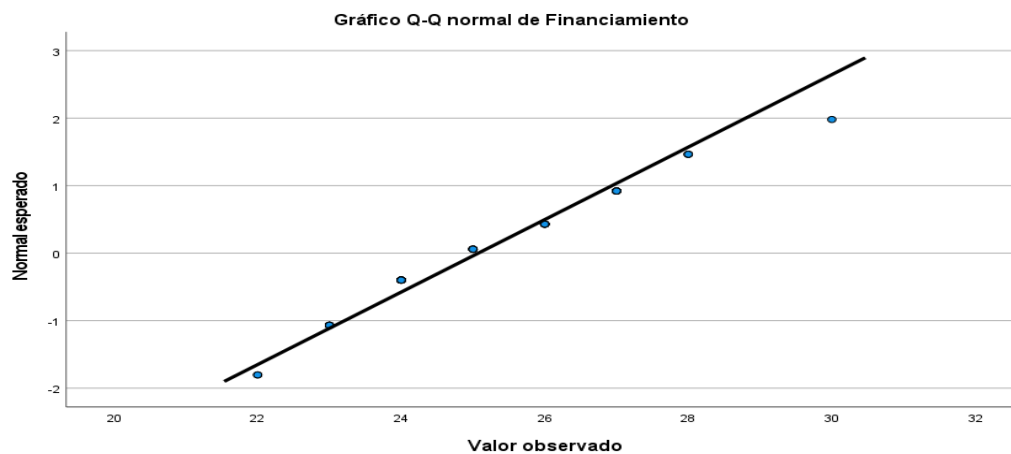


Figura 18: A. Gráfico Q-Q normal de Financiamiento

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 18, obtenida a partir de los resultados de SPSS, se observa que todos los puntos coinciden sobre la línea recta, por lo cual se afirma que la dimensión Financiamiento sigue una distribución normal. Cabe resaltar que se ha realizado también el Gráfico Q-Q normal sin tendencias y el gráfico de cajas para cada variable y dimensión (revisar anexo 6).

- **Análisis de la Variable (2): Intención de Internacionalización**

En segundo lugar, se puede observar que la prueba estadística de la Variable (2) Intención de Internacionalización ha obtenido un valor de 0.924 y la significación estadística ($p=0.009$). Como p es menor a 0.05, entonces, se rechaza H_0 , y se afirma que la variable Intención de Internacionalización no sigue una distribución normal.

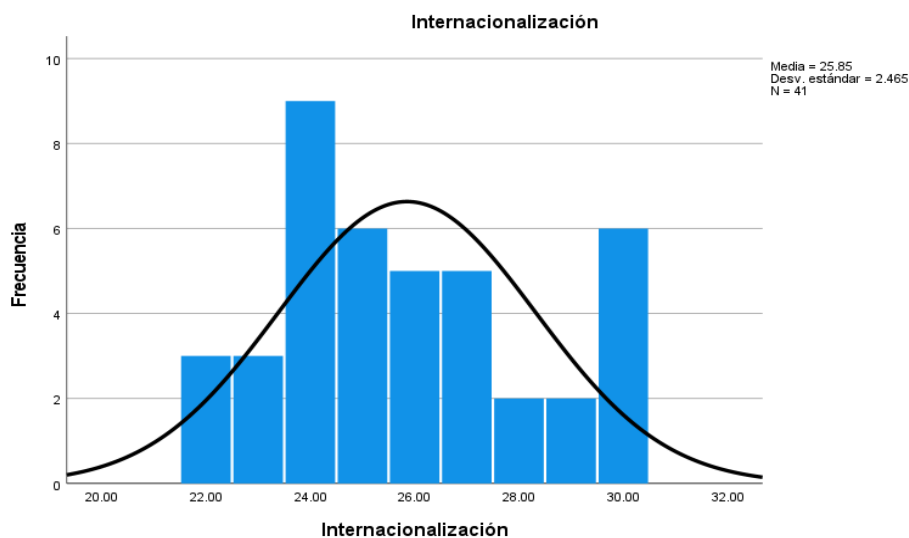


Figura 19: Histograma de INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 19, el histograma obtenido del previo análisis de la prueba de normalidad, presenta también una morfología similar a la curva de Gauss, sin simetrías, y por lo cual se concluye que no sigue una distribución normal.

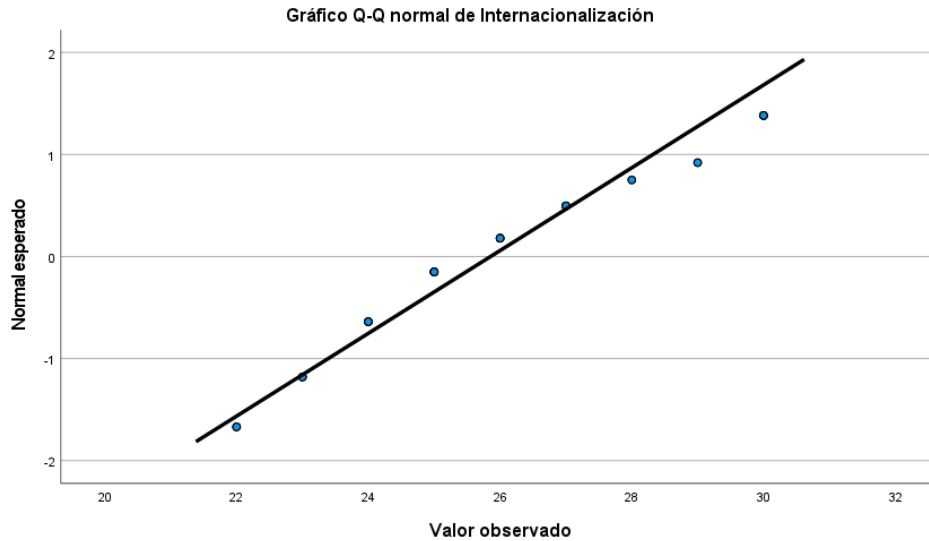


Figura 20: A. Gráfico Q-Q normal de INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

En la figura 20, obtenida a partir de los resultados de SPSS, se puede observar que todos los puntos coinciden sobre la línea recta y, en consecuencia, se puede afirmar que la variable Intención de Internacionalización no sigue una distribución normal.

Para sintetizar, el análisis de la estadística descriptiva como la media, la mediana, la desviación estándar, la asimetría y la curtosis, se mostrará a continuación un cuadro en donde se resumen los datos obtenidos:

Tabla 30: Análisis Descriptivo Estadístico

<i>Estadísticos Descriptivos</i>		Asociatividad	Productividad	Competitividad	Financiamiento	Internacionalización
N	Válido	41	41	41	41	41
	Perdidos	0	0	0	0	0
Promedio Media		4.26	4.52	4.09	4.2	4.3
Mediana		102.00	41.00	37.00	25.00	25.00
Desv. Desviación		5.91	3.07	2.42	1.86	2.47
Asimetría		0.307	-0.217	0.188	0.449	0.377
Error estándar de asimetría		0.369	0.369	0.369	0.369	0.369
Curtosis		-0.142	-1.054	1.168	-0.299	-0.887
Error estándar de curtosis		0.724	0.724	0.724	0.724	0.724

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

En la tabla 30 se muestra los resultados estadísticos descriptivos obtenidos a través del análisis del SPSS, donde se puede verificar que no existe ningún valor perdido. Además, se observa que la variable Asociatividad e Intención de Internacionalización tuvo una media (promedio) de 4.26 y 4.3, respectivamente. En relación a la desviación estándar, se observa que la variable Asociatividad indica una mayor dispersión de los datos con un resultado de 5.91. La dimensión que muestra una menor dispersión es el Financiamiento. En relación a la asimetría, se observa que los datos más simétricos son los que se acercan a 0, los cuales son la productividad y la competitividad.

Por último, en relación a la curtosis se observa que las variables y las dimensiones muestran resultados cercanos a “0”, se puede decir que siguen una distribución normal. Estos son -0.142, -1.054, 1.168, -0.299 y -0.887 para la Asociatividad, la Productividad, la Competitividad, el Financiamiento y la Intención de Internacionalización.

4.4 Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

Para la realización de la prueba de las hipótesis planteadas inicialmente se utilizó el método de RHO de Spearman, el cual tiene una escala de valores utilizada por (Hernández y Fernández, 1998 como se citó en Mondragón, 2014). Esta servirá de base para elaborar las afirmaciones para cada hipótesis planteada.

Tabla 31: Grado de Relación según coeficiente de Correlación de Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media

Fuente: Recuperado de (Hernández y Fernández, 1998 como se citó en Mondragón, 2014)

En la Tabla 32 se observa el análisis realizado en SPSS de la prueba de correlación de RHO de Spearman de las hipótesis planteadas. En esta se observa que es no paramétrica y que los resultados obtenidos son positivos.

Tabla 32: Correlación de Hipótesis

Correlaciones: Rho de Spearman

		Asociatividad	Productividad	Competitividad	Financiamiento	Internacionalización
Asociatividad	Coefficiente correlación	1.000				
Productividad	Coefficiente correlación	.875**	1.000			
Competitividad	Coefficiente correlación	.764**	.451**	1.000		
Financiamiento	Coefficiente correlación	.675**	.417**	.458**	1.000	
Intención de Internacionalización	Coefficiente correlación	0.233	0.162	0.276	0.179	1.000

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

Fuente: Encuesta a 41 productores de la Asociación Palpa-Huaral. Elaboración propia.

4.4.1 Contrastación de Primera Hipótesis Específica

En el siguiente apartado se observa la aceptación o rechazo de la primera hipótesis específica, para lo cual se plantearon la hipótesis nula (H0) y la hipótesis alterna (H1) de acuerdo al análisis de los datos obtenidos en la correlación de RHO de Spearman:

H0: La productividad no tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

H1: La productividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

Se observa que entre la productividad y la intención de internacionalización existe una correlación de **0,162** interpretada como **positiva media**, con un nivel de significancia de 0.01. Es por esto que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), indicando que la productividad tiene relación con la intención de internacionalización de los productores de Huaral de la Asociación Palpa-Huaral.

4.4.2 Contrastación de Segunda Hipótesis Específica

En el siguiente apartado se observa la aceptación o rechazo de la segunda hipótesis específica, para lo cual se plantearon la hipótesis nula (H0) y la hipótesis alterna (H2) de acuerdo al análisis de los datos obtenidos en la correlación de RHO de Spearman:

H0: La competitividad no tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

H2: La competitividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

Se observa que entre la competitividad y la intención de internacionalización existe una correlación de 0,276 interpretada como positiva media, con un nivel de significancia de 0.01. Es así que, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H2), confirmando que la competitividad tiene relación con la intención internacionalización de los productores de Huaral Asociación Palpa-Huaral.

4.4.3 Contrastación de Tercera Hipótesis Específica

En el siguiente apartado se observa la aceptación o rechazo de la tercera hipótesis específica, para lo cual se plantearon la hipótesis nula (H0) y la hipótesis alterna (H3) de acuerdo al análisis de los datos obtenidos en la correlación de RHO de Spearman:

H0: El financiamiento no tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

H3: El financiamiento tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

Se observa que entre el financiamiento y la intención de internacionalización existe una correlación de 0,179 interpretada como positiva media, con un nivel de significancia de 0.01. Es por esto que se rechaza la hipótesis nula y se acepta H3 la hipótesis alterna indicando que el financiamiento se relaciona con la intención de internacionalización de los productores de Huaral Asociación Palpa-Huaral.

4.4.4 Contratación de la Hipótesis General

En el siguiente apartado se observa la aceptación o rechazo de la hipótesis general, para lo cual se plantearon la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna (H_G) de acuerdo al análisis de los datos obtenidos en la correlación de RHO de Spearman:

H_0 : No existe una relación significativa entre la asociatividad y la intención internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral.

H_G : Existe una relación significativa entre la asociatividad y la intención internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.

Se observa que entre el asociatividad y la intención de internacionalización existe una correlación de 0,233 interpretada como positiva media, con un nivel de significancia de 0.01. Es así que se rechaza la hipótesis nula y se acepta H_G la hipótesis alterna confirmándose que la asociatividad guarda relación con la intención de internacionalización de los productores de Huaral de la Asociación Palpa-Huaral.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

En el presente capítulo se presenta la discusión de resultados obtenido del análisis realizado para estudiar si existe una relación significativa entre la asociatividad y la intención internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020. Esta investigación requirió de una muestra aleatoria de 41 productores de frutas frescas de la Asociación Palpa-Huaral. La discusión de los resultados será explicada en títulos que comprenden las hipótesis específicas (objetivos específicos) y la hipótesis general (objetivo general) formuladas en esta investigación.

5.1.1 Discusión de resultados de la Hipótesis Específica 1

El presente subcapítulo se basará en la primera hipótesis específica, la cual hace referencia a: “La productividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020”. La hipótesis en mención es la hipótesis alterna que se planteó inicialmente, la cual fue aceptada tras la prueba de hipótesis de Rho de Spearman. El resultado fue de 0,162, es decir una Correlación positiva media, por lo que se aceptó la H1.

Canaza (2014), en su estudio titulado “La Asociatividad de Productores Rurales una herramienta para la Oferta Exportable de Quinoa – Cabana 2014”, buscó identificar si la asociatividad en los productores rurales servía como herramienta de competitividad para una exportación. Asimismo,

como objetivos específicos, buscó identificar las características y volúmenes de producción de asociados y no asociados. Concluyó que la asociatividad es un mecanismo de cooperación que ayuda a los productores a enfrentar problemas derivados de la globalización. A su vez, encontró que la asociatividad contribuye al alto rendimiento que tienen los asociados, a diferencia de los no asociados, puesto que poseen altos volúmenes de producción gracias a la cantidad de hectáreas que poseen. Por lo tanto, los asociados cumplen con la disponibilidad del producto para su exportación. Los resultados de la investigación de Canaza coinciden con los resultados de la presente investigación. Es así que se corrobora que la productividad se relaciona con la internacionalización, puesto que para poder internacionalizarse es necesario contar con un buen volumen de producción. Esto a su vez se refleja en la cantidad de hectáreas que poseen los productores de fruta de la Asociación de Palpa-Huaral, ya que un 83% de los asociados tiene de 1 a 5 hectáreas lo cual favorece a los altos volúmenes de producción.

A nivel internacional Acevedo y Buitrago (2009) en su investigación titulada “Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación. El caso de las pymes del sector textiles y confecciones de Bogotá”. Los autores analizaron una herramienta para el crecimiento productivo e innovación de las empresas. Concluyeron que la asociatividad representa la herramienta que permite a las empresas mejorar sus niveles de eficiencia y eficacia, compartir costos y beneficios, crear economías de escala y diversificar su producción. Asimismo, la asociatividad les permite a las empresas asumir retos como la globalización y la internacionalización. Por consiguiente, se afirma que los resultados de la investigación de Acevedo y Buitrago concuerdan con los datos recogidos en el trabajo de campo, ya que un 53,7% de los productores de la asociación están totalmente de acuerdo con que a través de una asociatividad se pueden disminuir los costos de

producción. El 70,7% de los productores piensa que puede aumentar su producción e incrementar el precio del producto, generándose así las denominadas economías de escala. Finalmente, un 70,7% de ellos está de acuerdo en la diversificación de sus productos mediante una muestra de catálogos de productos. Todo esto con la finalidad de lograr la internacionalización.

Seguidamente, Laborda y Salas (2007-2008) explican que existe un vínculo entre el tamaño de la empresa, la productividad y la internacionalización de la empresa. Por tanto, mientras una empresa sea más grande, producirá más y por ende tendrá mayor probabilidad de internacionalizarse. El presente trabajo de investigación concuerda con lo que menciona Laborda y Salas, puesto que un 78% de los productores está totalmente de acuerdo con una producción en conjunto con sus compañeros aportaría a su internacionalización. Esto manifiesta lo que menciona Laborda y Salas que el nivel de productividad influye en las decisiones de la internacionalización *“puesto que una vez obtenida la experiencia de exportación, con el tiempo la internacionalización tendrá un futuro impacto positivo en el crecimiento de la productividad”*

5.1.2 Discusión de resultados de la Hipótesis Específica 2:

La segunda hipótesis específica fue la siguiente: “La competitividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020.” La hipótesis en mención es la alterna (H2) que se planteó inicialmente, la cual fue aceptada tras la prueba de hipótesis de Rho de Spearman. El resultado fue de 0,276 es decir una correlación positiva media, por lo que se aceptó la H2.

La investigación llevada a cabo por Mendoza y Giraldo (2016), titulada “La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana”, determinó la relación entre la internacionalización y la competitividad con el fin de fomentar la participación comercial en el extranjero. Además, realizaron un análisis estadístico de la prueba Chi cuadrado que comprobó la relación que existe entre la competitividad y la internacionalización. Concluyeron que la innovación es una herramienta efectiva para conquistar nuevos mercados. La formación empresarial es un pilar efectivo, ya que la productividad y eficiencia de la empresa depende del factor humano. Por último, que un plan financiero es importante para conseguir fondos y saber cómo invertirlos. Este estudio presenta similitud con la presente investigación, ya que el 65,9% de los productores encuestados considera importante la innovación en los productos y la inversión en I+D (Investigación y Desarrollo). Un 56,1% de los productores está de acuerdo con que es necesario una planificación financiera. Así que, se confirma que la competitividad está altamente vinculada con la internacionalización, debido a que la innovación y la planificación financiera representan una ventaja competitiva.

Cardona, Castiblanco y Días (2013), en su artículo titulado “Innovación empresarial: una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia”, analizan la transformación productiva y la competitividad de pequeñas y medianas empresas colombianas. Concluyen describiendo que el 100% de los empresarios confirman que la competitividad está relacionada con la internacionalización, y que a su vez está relacionado con la innovación y a un previo análisis de mercado. Los autores reconocen también que las alianzas productivas permiten generar economías de escala. Es así que los resultados de los autores coinciden con los resultados de la presente investigación, ya que un 80,5%

de los productores está totalmente de acuerdo con que es importante realizar un análisis sobre los clientes y la competencia. Además, mencionan que se debe tener en cuenta un planteamiento de estrategias de mercado que les permitirá ser competitivos para lograr su internacionalización.

Asimismo, Hoyo-Villa (2019), en su investigación titulada “Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso”, busca explicar los factores que impulsaron a pymes colombianas a emprender su proceso de internacionalización. El autor concluye que las Pymes han pasado a través de un proceso de adaptación de sus productos y cumplimiento de calidad en sus procesos, lo cual les ha permitido su internacionalización. Afirma que las exportaciones de las Pymes han contribuido a la productividad, y que estas se interesan más por conocer a su competencia y tener productos innovadores de calidad. Por último, menciona que las Pymes han logrado su internacionalización gracias a su desarrollo competitivo. Los resultados de Hoyos-Villa no son lejanos a los resultados de la presente investigación. Un 75,6% de los productores están de acuerdo que para lograr su internacionalización es importante que su producto cumpla con estándares de calidad y regulaciones de seguridad e higiene en un ámbito nacional e internacional. A su vez, un 65,9% de los productores está de acuerdo con que su producto podría ajustarse a características demandadas por países extranjeros, esto con el fin de incrementar su competitividad frente a otras asociaciones.

Seguidamente, Botero (2014), en su artículo titulado “Internacionalización y Competitividad”, menciona que la competitividad engloba diferentes perspectivas y es por ello que es innegable la relación directa que pueda tener con la internacionalización. Además, acota que existen indicadores de medición que resaltan la relación que pueda existir entre ambos. Esto puede notarse

en las empresas competitivas, las cuales suelen tener altos indicadores de internacionalización. Asimismo, el autor indica que si una empresa se internacionaliza es porque quiere ser competitiva. Los resultados del artículo coinciden con lo que menciona Botero, al plantear indicadores como son los mercados internacionales, los estándares de calidad e innovación. Los productores, en la encuesta realizada, respondieron a que están totalmente de acuerdo que para consolidar su intención de internacionalización es necesario e importante elaborar un análisis de mercado y clientes, cumplir con estándares de calidad e invertir en innovaciones.

5.1.3 Discusión de resultados de la Hipótesis Específica 3:

La tercera hipótesis específica fue la siguiente: “El financiamiento tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020”. Esta hipótesis representa la hipótesis alterna que fue planteada inicialmente y a su vez fue aceptada tras realizar la prueba de correlación, la cual fue de 0,179 dando como resultado una correlación positiva media.

Quépuy (2016), en su investigación titulada “Propuesta de alternativa de financiamiento para la asociación de artesanas, comunidad de poma III, región Lambayeque, período 2014”, obtuvo como resultado que un 80% de los artesanos considera insuficiente el financiamiento brindado por entidades como “El Fondo Ítalo Peruano y Cáritas”, para elaborar sus prendas. Sin embargo, un 20% sí se siente conforme con este financiamiento, a pesar de tener escasos equipos adecuados para su producción. Además, un 100% de los artesanos respondió que sí le gustaría exportar sus productos con ayuda del Gobierno Central (50%), empresas privadas (44%) y la municipalidad de

su ciudad (6,2%). Es así que la asociación lambayecana en estudio cuenta con ayuda de empresas privadas, a pesar de que sea insuficiente para un completo desarrollo de su producción. Los resultados de la investigación de Quépuy se asemejan a los resultados de la presente investigación. En la Asociación Palpa-Huaral un 51,2% y 61% de los productores está totalmente de acuerdo que la asociación cuenta con la posibilidad de obtener créditos en el sector financiero y a su vez con sus proveedores, respectivamente. Un 73,2% de los productores piensa que la asociación necesita renovar maquinarias y equipos para la producción. Así como también, consideran necesario la implementación de mecanismos de control de calidad para el abastecimiento de insumos. Estas necesidades podrían ser financiadas gracias a la posibilidad que la asociación tiene de adquirir créditos financieros.

Asimismo, Orellana (2018), en su investigación titulada “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa “Gómez Exportadores e Importadores S.A.C.” – Chimbote, 2017”, buscó determinar y describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio. Concluye que las empresas en estudio requieren de financiamiento de terceros para poder desarrollar mejor su actividad empresarial. Los resultados de la investigación de Orellana concuerdan con los resultados de la presente investigación. Es así que se corrobora que el financiamiento se relaciona con la intención de internacionalización, ya que los productores están de acuerdo con que la Asociación si se encuentra en la capacidad de obtener créditos con el sector financiero y con sus proveedores. Así, se confirma que el financiamiento representa un motor económico dentro de las empresas. Es por esto que, al empresario, o en este caso el productor, se le recomienda seguir apostando para obtener

un mejor desarrollo de la asociación. Esto, le permitirá ganar mayor desarrollo en el mercado y mayor competitividad.

Por otro lado, Romero y Rojas (2009), en su trabajo titulado “Guía Financiera De Minimización De Riesgos En La Exportación Para Pymes Colombianas”, analizaron 681 empresas del directorio de Proexport, mediante encuestas, entrevistas y consultas a expertos. Ellos concluyen que, para asegurar el éxito de las exportaciones, se sugiere a los empresarios de las pymes capacitarse en áreas administrativas para obtener mejores resultados. Este análisis coincide con los resultados de la presente investigación, ya que en la Asociación Palpa-Huaral un 56,1% de los productores está de acuerdo con que es necesario que los recursos financieros sean planificados y/o administrados adecuadamente; teniendo en cuenta siempre las necesidades de la Asociación. Todo esto con el fin de lograr una correcta producción y cumplir su internacionalización.

5.1.4 Discusión de resultados de la Hipótesis General:

Para el presente trabajo de investigación, realizado en la provincia de Huaral, se aplicaron encuestas a los productores de frutas de la Asociación en estudio de manera online y presencial. Previo a ello, se desarrolló la fundamentación teórica para comprender el tema de investigación, recolectando información directa sobre la asociatividad y la intención de internacionalización. La herramienta utilizada (encuesta) fue revisada de acuerdo al criterio de dos jueces expertos en la línea de investigación. Estos expertos analizaron, observaron y recomendaron algunas mejoras en el instrumento para tener una mejor captura de datos.

Las técnicas utilizadas en el trabajo de investigación, para validar la fiabilidad y validez del instrumento, fueron el Alfa de Cronbach (0.850), el Coeficiente de Spearman Brown (0.730) y el Coeficiente de dos mitades de Guttman (0.496). Estos datos obtenidos permitieron realizar el análisis de fiabilidad correspondiente y a su vez demostraron la validez de los resultados finales que se obtuvieron.

Las herramientas e instrumentos cumplieron con la función de recopilar información necesaria sobre la asociatividad de los productores. Además, sirvió para conocer las características demográficas de los productores, las deficiencias que presentan como asociación, las necesidades que poseen como asociación, la falta de apoyo por parte de sectores públicos y privados, y sus consideraciones necesarias para la consolidación de su intención de internacionalización.

Asimismo, dentro de las limitaciones que se presentaron en el desarrollo de la investigación, se puede mencionar a dos principales: las restricciones impuestas por el Estado Peruano, debido a la pandemia de la COVID-19 y la disponibilidad de los diferentes productores. La primera corresponde a la dificultad que se presentó al momento de realizar las encuestas a los productores, puesto que tuvo que ser realizada de dos maneras (online y física). Con aquellos productores que contaban con dispositivos electrónicos y acceso a Internet, se aplicaron encuestas online (mediante la plataforma de Google Forms). Por otro lado, aquellos productores que no contaban con acceso a Internet respondieron la encuesta en físico. Cabe resaltar que, en la aplicación de las encuestas en físico, se tomaron medidas de bioseguridad para evitar un posible contagio de la COVID-19. Todo contacto realizado con los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral fue a través

de o con apoyo del representante de la asociación, ya que él tenía un contacto virtual constante con cada uno de los productores.

Con respecto a la segunda limitación, se dependió mucho de la comunicación que el representante de la asociación tenía con los productores, ya que se presentó una demora en la aplicación de las encuestas. Asimismo, se consideró importante el presentar un consentimiento informado ante la asociación, donde se colocó el compromiso de compartir los resultados de la investigación con la asociación en estudio.

Los resultados de la presente investigación permiten observar que en la Asociación Palpa-Huaral, la asociatividad formada representa un mecanismo donde los asociados comparten objetivos, riesgos, costos y beneficios para el desarrollo de actividades productivas. La asociatividad es un proceso que tiene diferentes etapas y distintos tipos, que de acuerdo al grupo humano que la conforme, se irán desarrollando. Los productores, pueden obtener mejores beneficios, más de manera grupal que individual, a través de una asociatividad. Dentro de estos beneficios, se puede lograr una mayor productividad, una mayor competitividad y un mayor acceso a financiamientos. Los productores reconocen las necesidades y las deficiencias que presentan como asociación, y que a su vez requieren cumplir y mejorar. Esto, con el fin de materializar su intención de internacionalización, con el inicio de la exportación de sus productos hacia el extranjero.

En efecto, el proceso de formación de una asociación presenta factores que facilitan y obstruyen su consolidación. La permanencia de una asociatividad depende de la confianza, la precisión de objetivos, el compromiso y el liderazgo (Mathews, 2014). Cabe resaltar que la confianza y el

trabajo en equipo son fundamentales, debido a que la asociatividad funciona como un mecanismo de integración y/o cooperación. En la Asociación Palpa-Huaral, el 100% de los productores están totalmente de acuerdo con que la asociación se esforzará por comercializar sus productos en el extranjero. Además, estos confirman su total compromiso con las actividades exportadoras.

Es importante explicar que la intención de internacionalización es un proceso complejo que requiere de un conjunto de esfuerzos como capital monetario, una persona con experiencia, cumplimiento de estándares y/o requisitos y participación en ferias nacionales e internacionales. Esto, con la finalidad de obtener más clientes para fidelizarlos, tener una imagen presentable y reconocimiento. Además, es importante y necesario las asistencias a capacitaciones de manera frecuente para ganar mayor conocimiento y aprovechar las herramientas que brindan entidades públicas y privadas.

Se debe tener en cuenta que la asociatividad es una estrategia que beneficia a los productores en el cumplimiento de sus objetivos personales y en conjunto como asociación. Esto no debe dejar de lado que, el funcionamiento de las actividades productivas - asociativas y el mejoramiento de las deficiencias son imprescindibles para el logro de la internacionalización. Además, es importante la interacción que suceda dentro de la asociación entre los productores. El compromiso, la precisión de objetivos y –sobre todo- la confianza son fundamentales para la consolidación de la intención de internacionalización.

En ese sentido, de acuerdo a la hipótesis general planteada al inicio de la investigación, que resultó aceptada tras la realización de la prueba de Rho de Spearman con una correlación positiva de

0,233, se comprueba que “Existe una relación significativa entre la asociatividad y la intención internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020”.

Dentro de los resultados obtenidos en la presente investigación, es importante resaltar que la mayoría de ellos son similares a investigaciones que la anteceden. Estas fueron desarrolladas en diferentes ciudades nacionales y extranjeras. La similitud presentada está basada en la relación que existe entre las dimensiones planteadas y la intención de internacionalización que tiene la asociación en estudio. El 100% de los productores encuestados pertenecientes a la Asociación Palpa-Huaral, considera que la asociación se esforzará por comercializar sus productos en el extranjero y se compromete con iniciar las actividades correspondientes para empezar a exportar. Asimismo, el 100% de ellos está de acuerdo con que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación. Estos resultados coinciden con el de Algalobo y Pusee (2017), en su investigación titulada “La asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de Olmos”. Los autores obtuvieron como resultado que el 95% de los productores están dispuestos a formar una asociación, pero que para ello deben capacitarse, generar compromiso, confianza y trabajo en equipo, todo con el fin de exportar sus productos.

Choque (2017), en su investigación titulada “La asociatividad y su incidencia en la Internacionalización de las Pymes Agroindustriales “Apelay” y “Damnificados del 23 de junio” de Tacna, 2017”, obtuvo una correlación de Rho de Spearman de 0,607 y confirmó que la asociatividad influye en la internacionalización de las Pymes. El autor concluye que la asociatividad de las pequeñas y medianas empresas es fundamental para que estas obtengan presencia en el extranjero a través de sus exportaciones. Además, menciona que la unión de estas fortalece sus cadenas productivas y a su vez contribuye a la productividad. Este resultado coincide

con el de la presente investigación, mostrando así una correlación positiva media de 0,233, que comprueba que la asociatividad tiene relación con la intención de internacionalización. Asimismo, un 78% de los productores está de acuerdo con que la productividad que puedan tener de manera conjunta favorecería su internacionalización.

Mejía (2011), en su investigación titulada “La Asociatividad empresarial como estrategia para la internacionalización de las pymes”, concluye que para que una Pyme ecuatoriana se internacionalice deberá desarrollar altas capacidades y recibir apoyo a través de políticas gubernamentales. Estas políticas deberán fomentar las exportaciones, la innovación tecnológica y alianzas estratégicas para canalizar esfuerzos en las diferentes asociaciones y así lograr su desarrollo. Mejía indica que la internacionalización de una Pyme resulta accesible mediante una asociatividad empresarial que permite aprovechar oportunidades. Estos resultados coinciden con la presente investigación, ya que un 78% de los productores de la Asociación Palpa-Huaral están de acuerdo con que la inversión en innovación tecnológica es importante para lograr su internacionalización. Un 56,1% de los productores indican que a través de la asociación pueden planificar sus recursos financieros para una correcta inversión. Los productores de la asociación consideran que cuentan con una deficiencia en la infraestructura, en maquinarias y equipos.

Delgado (2018) y Martínez (2014), en sus investigaciones “Propuesta de modelo Asociativo para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales de aceituna de la Región de Tacna, 2016” y “La asociatividad como alternativa de penetración de mercados internacionales: Caso de estudio Asociación de paneleros ASOPROPANOC”, respectivamente, llegan a una conclusión similar. Estos autores concluyen que la asociatividad es la opción más

estratégica, idónea y apropiada para fines de comercialización en mercados internacionales y logro de la internacionalización. Esto es posible gracias al desarrollo de ventajas competitivas de los productores, siendo una de ellas la calidad, que ha permitido mejoras en su producción. Estos resultados coinciden con los resultados de la presente investigación, ya que un 78% de los productores está de acuerdo con que su producto puede cumplir con regulaciones de seguridad e higiene nacionales e internacionales. Asimismo, un 75,6% de ellos considera que su producto puede cumplir con ciertos estándares de calidad, lo cual les da una ventaja competitiva. Los productores consideran que la competitividad es fundamental para su internacionalización, mencionan que están de acuerdo con que es relevante que la asociación realice investigación de mercado, analice a su competencia y a sus clientes, y plantee estrategias. Cabe hacer hincapié, que el 97,5% está de acuerdo que como productor tienen oportunidades de negocio en el exterior.

Bustamante (2017), en su investigación titulada “Asociatividad como modelo para la internacionalización de los pequeños productores de banano en el Oro – Ecuador”, concluye que la asociación representa un modelo adecuado para que las Pymes puedan incursionar en el mercado exterior. Bustamante menciona que las experiencias que irán adquiriendo los productores serán de manera gradual y que es importante que el gobierno brinde incentivos que permita a las asociaciones obtener mayor conocimiento a través de capacitaciones. Esto coincide con los resultados de la presente investigación, ya que los productores están de acuerdo en que el logro de su internacionalización será gracias a la realización de diferentes actividades. Estas actividades serán realizadas de manera progresiva, para que así, paulatinamente se muestren resultados.

Finalmente, lo encontrado en la fundamentación teórica coincide con lo encontrado en la presente investigación, puesto que los productores de la Asociación Palpa-Huaral consideran que para lograr la internacionalización deben cumplir con ciertos requerimientos que están descritos a lo largo de la investigación. La productividad, la competitividad y el financiamiento representan aquellos requerimientos que de acuerdo a la encuesta realizada a los productores son necesarios para lograr consolidar su intención de internacionalización, a través de la asociación.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, se confirma que existe una correlación positiva media de 0,233, según el análisis realizado de la correlación de Rho de Spearman, entre la asociatividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral. Este indicador positivo se ve reflejado en un 100% de los productores está totalmente de acuerdo con que la asociación tiene compromiso con las actividades exportadoras. Asimismo, un 100% de ellos está de acuerdo con que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación. La asociatividad les ha permitido a los productores producir más, tomar conciencia sobre requerimientos necesarios para una mayor competitividad y sobre deficiencias que necesitan mejorar. La asociación necesita reestructurar estrategias empresariales para posicionarse en nuevos mercados.
2. Existe una correlación positiva media de 0,162 según la prueba de Rho Spearman, entre la productividad y la intención de internacionalización. Este resultado se ve reflejado, debido a que un 78% de los productores está de acuerdo con que una producción en conjunto con sus compañeros de la asociación aportaría a su internacionalización. Asimismo, un 53,7% está de acuerdo que a través de la asociación pueden disminuir costos de producción. Todo esto, con el fin de obtener economías de escalas, mayor productividad y producción para materializar su internacionalización.

3. También, se ha podido confirmar que existe una correlación positiva media entre la competitividad y la intención internacionalización con un indicador de 0,276, de acuerdo al análisis de correlación de Rho de Spearman. Este resultado se ve reflejado en un 80,5% de los productores está de acuerdo en analizar a la competencia y los clientes. Asimismo, un 65,9% de ellos está de acuerdo con que es importante invertir en innovación (I + D). Todo esto, con el fin de obtener ventajas competitivas, cumplir con estándares y conquistar más mercados para lograr su internacionalización.

4. Finalmente, el financiamiento y la intención de internacionalización poseen una correlación positiva media de 0,179, resultado obtenido del análisis estadístico de Rho Spearman. En cuanto al ámbito financiero, un 51,2% y un 61% está de acuerdo con que la asociación cuenta con posibilidad de obtener crédito en el sector financiero y con sus proveedores, respectivamente. Los productores indican que ello lo han conseguido, debido a su participación e integración en la Asociación Palpa-Huaral. No obstante, los productores también indican que es necesario que la asociación renueve equipos, maquinaria e infraestructura, a través de créditos accesibles. Todo esto, con el fin de mejorar la infraestructura y falta de tecnología para lograr consolidar su intención de internacionalización.

RECOMENDACIONES

1. Es importante que los productores de fruta de la provincia de Huaral, que tomen la decisión de internacionalizarse a través de la formación o integración de una asociación, es importante que incorporen de manera gradual un enfoque internacional en sus actividades. Esto, mediante una reunión donde planteen sus objetivos individuales y objetivos como asociación, definan las metas (corto, mediano y/o largo plazo), decidan como lo lograrán, que herramientas (FODA, asistencia a capacitaciones, seminarios) y estrategias (ganar experiencia y mejorar habilidades) utilizarán. Por otro lado, los productores de la provincia de Huaral que aún trabajan de manera individual deberían integrar o formar una asociación, con el fin de facilitar el desarrollo de futuras exportaciones y poder internacionalizarse. Esto, les condescenderá mayor productividad, competitividad y financiamiento para el desarrollo de sus actividades.
2. Sería adecuado realizar investigaciones sobre los factores que se han encontrado y que no se han analizado a fondo dentro de la investigación. Algunos de estos factores son los que facilitan (la cultura de colaboración, la cercanía geográfica y la confianza) y limitan (la desconfianza, los modelos mentales y culturales cerrados, la visión cortoplacista, la dificultad administrativa y la falta de apoyo de entidades) la formación de una asociación y el proceso de internacionalización de la misma. Del mismo modo, se recomienda realizar investigaciones sobre los tipos de asociatividad y su relación con las teorías de la internacionalización, puesto que cada una de ellas puede seguir un modelo distinto.

3. Las asociaciones deben tener mayor apoyo y acompañamiento por parte del Estado. Se recomienda al Gobierno crear herramientas de apoyo gratuito y de fácil acceso para asociaciones (formales e informales) que aún no han recibido ninguna ayuda. Esto, a través de la elaboración de una plataforma que debería estar destinada exclusivamente para aquellas asociaciones que no tienen fácil acceso a información y que aún no tienen conocimiento sobre temas relacionados a la internacionalización (planes de negocios, medios de financiación, formalización, mercados potenciales, nuevas técnicas y prácticas en la agricultura y nuevas tendencias en el sector de la agroexportación, entre otros). Mediante esta nueva plataforma, las asociaciones podrían tener acceso también a capacitaciones, charlas, seminarios y conferencias virtuales que les permita obtener certificaciones. Por último, esta plataforma podría intentar crear un registro de las asociaciones existentes para conocer a aquellas que aún no han recibido apoyo por parte del Estado.

REFERENCIAS

- Acevedo Camacho, M., & Buitrago Rodríguez, M. (2009). *Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación. El caso de las pymes del sector textiles y confecciones de Bogotá*. Bogotá: Colombia. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1144&context=economia>
- Arguello-Núñez, L., Rendón-Guerra, G., & Alejandro-Pérez, M. (2017). *El proceso asociativo como ventaja competitiva en las microempresas: Caso Quevedo - Ecuador*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6759732.pdf>
- Algalobo Távara, B. P., & Pusse Monja, K. Y. (2017). *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación de limon sùtil del distrito de Olmos*. Lambayeque-Perú. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Altamirano Cubas, A., & Vivas Chayán, R. (2018). *El financiamiento de comercio exterior y la influencia en el crecimiento de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas agroexportadoras del departamento de Lambayeque en el periodo 2010 - 2014*. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/2207/BC-TES-TMP-1082.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alva Salirrosas, R. M., & Diestra García, A. M. (2018). *La asociatividad como oportunidad para la exportación de Artesanía textil de Santiago de Chuco - 2018*. Trujillo-Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26789/alva_sr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Andrade Sandoval, Á. (2013). *Plan de Asociatividad para los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, Periodo 2013"*. La libertad-Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/1086/TESIS%20ANDRADE%20SANDOVAL%20ANGELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Araya, L. A. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. *TEC Empresarial*, 3. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468>
- Banco Mundial. (2018). *Estudio sobre la agricultura en el Perú*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/03/01/banco-mundial-presenta-estudio-sobre-agricultura-en-el-peru>
- Baquero. (2012). *Guía metodología para la promoción del fortalecimiento socio empresarial y comercialización asociativa en cadenas de valor en Tungurahua*. (IICA, Ed.) Obtenido de Desarrollo de los Agronegocios en América Latina y el Caribe: <http://legacy.iica.int/Esp/regiones/andina/Ecuador/Documentos%20de%20la%20Ofici>
- Bazán, G. M. (2013). *Plan de Marketing para Incrementar la Participación de Mercado del Taller de Panadería del Proyecto del Amigo en la Ciudad de Huamachuco*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/331/bazan_mary.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Botero, P. L. (2014). Internacionalización y Competitividad. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(32). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151339264001.pdf>
- Bustamante, P. C. (2017). *Asociatividad como modelo para la internacionalización de los pequeños productores de Banano en el Oro - Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1765/1/BUSTAMANTE%20CINDY%20PAPER.pdf>
- Cabezas, D. M. (2021). Entrevista a productor de la Asociación Palpa - Huaral. Lima, Lima, Perú.
- Cabrera, B. J. (S.F.). *MINAGRI*. Obtenido de <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/especiales/cursosagroexportaciones/Asociatividad.pdf>
- Canaza Ramos, M. K. (2014). *La Asociatividad de Productores Rurales una Herramienta para la Oferta Exportable de Quinua – Cabana 2014*. Arequipa - Perú. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4274/53.0779.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cardona Acevedo, M., Castiblanco Moren, S., & Díaz Sánchez, H. (2013). Innovación empresarial: una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia. *Semestre Académico*, 16(34), 149-167. Obtenido de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/929/934>
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2007). *Teorías de internacionalización*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Pedro_Pablo_Cardoso/publication/276237764_Teorias_de_internacionalizacion/links/55d4dff108ae6788fa352765/Teorias-de-internacionalizacion.pdf
- Carrasco, M. C. (2017). *Características de la Asociatividad de los productores de quinua orgánica del distrito de Cachachi - Cajabamba; para la exportación de bebidas nutraceuticas a la ciudad de Ámsterdam, 2017*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11198/Carrasco%20Mendo%20Cristhian%20Bill%20-%20Ilman%20Villanueva%20%20Joselito%20Alejandro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carro, R. y. (s.f.). *Productividad y competitividad*. Mar de la plata. Obtenido de http://nulan.mdpc.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Carvache Montero, E. (Octubre de 2016). *Análisis de los modelos de Asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del Cantón Atacames*. Ecuador: Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/899/1/CARVACHE%20MONTERO%20%20ERIKA%20LISSETTE.pdf>
- Castro, R. F. (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*. Obtenido de

- http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2727/1/Fabio%20Castro_Paola%20Ulloa_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf
- Castro, R. J. (2017). *“ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES DE LA REGIÓN NORTE QUE PERMITA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO FRESCO A ONTARIO – CANADÁ.* Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12310>
- CEPAL. (2005). *Asociatividad, cooperación empresarial y exportación pyme: Experiencias recientes en América Latina y Europa.* Buenos Aires: Argentina. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/28194/LCbueL207_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chaves, S. G., & Segura, O. (2010). *Aportes para la internacionalización de la MIPYME en Costa Rica.* Obtenido de https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/aportes_internacionalizacion_mipyme2020-02-19_20-17-07.pdf
- Choque, M. K. (2017). *La asociatividad y su incidencia en la internacionalización de las pymes agroindustriales "Apelay" y "Damnificados del 23 de junio" de Tacna, 2017.* Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/289/1/Choque-Mamani-Katherine-Gabriela.pdf>
- Clever, E. (2010). *Estrategias de internacionalización de la empresa.* Club Universitario.
- Coll, M. F. (s.f.). *Economipedia.* Obtenido de Capacidad de producción: <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-produccion.html>
- Comision de Promocion del Perú para la Exportacion y el Turismo, P. (2013). *Asociatividad para el comercio exterior.* Obtenido de http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Convención Nacional del Agro Peruano. (2014). *Los beneficios de la asociatividad en la pequeña agricultura.* Obtenido de <http://www.conveagro.org.pe/taxonomy/term/1>
- Corral, Y. (Enero-Junio de 2009). Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación para la Recolección de datos. *Ciencias de la Educación*, 19(33), 247. Obtenido de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Correa, A. M. (2016). *Asociatividad como estrategia de calzado en los productores del distrito del provenir - Trujillo hacia el mercado de Bogotá - Colombia en el año 2017.* Cajamarca - Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10195/Correa%20Angulo%20Matsu%20-%20Guerrero%20Torres%20Diego.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cota, L. J., & Rivera, M. J. (01 de Septiembre de 2016). La capacitación como herramienta efectiva. 16(2). Obtenido de www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm
- Cotler, P. (2017). *La inclusión financiera en América Latina.* Santiago de Chile: Cepal: En: Villarreal, Francisco. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42121/1/S1700277_es.pdf

- Cruz, J., Romo, H., & Blanco-Jimenez, M. (2018). Internacionalización de las empresas mexicanas en el sur de Estados Unidos y sus competencias globales. *Norteamérica: Revista Académica Del CISAN-UNAM*, 13(2), 143–168. Obtenido de <https://doi.org/10.20999/nam.2018.b004>
- Cueva Rodriguez, M. E., & Quispe López, L. A. (2018). *Modelo de asociatividad de pequeños productores de Frijol de Palo para la exportación al mercado de Panamá del distrito de Monsefú-Chiclayo, Trujillo 2018*. Trujillo-Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14663/Cueva%20Rodriguez%20M%20aria%20Eloisa%20-%20Quispe%20Lopez%20Leila%20Adali%20-%20parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. Ciudad de México: Pearson Educación. Obtenido de <https://fdocuments.es/document/negocios-internacionales-ambientes-y-operaciones.html>
- Delgado, K. L. (2018). *Propuesta de modelo Asociativo para la Internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales de aceituna de la región Tacna, 2016*. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/593/1/Delgado-Kuong-Luis-Miguel.pdf>
- DIARIO GESTION. (26 de 06 de 2019). Tipos de empresa: ¿Cuál es la diferencia entre SA, SAC, SRL, EIRL y SAA? *MANAGEMENT & EMPLEO*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/tipos-empresa-diferencia-sa-sac-srl-eirl-saa-razon-social-nnda-nnlt-251229-noticia/>
- Dominguez y Ulloa, A. R. (2016). *Innovacion en las mypes de equipo electrico y de maquinaria y equipo de los Olivos a partir de la asociatividad empresarial: estudio de casos multiples*. Lima. Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8667/Dom%20C3%ADn%20guez%20Orbegoso%20_Ulloa%20Mata_Innovaci%20C3%B3n%20de%20las%20Mypes%20de%20Los%20Olivos%20a%20partir%20de%20la%20asociatividad%20empresarial%20\(1\).pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8667/Dom%20C3%ADn%20guez%20Orbegoso%20_Ulloa%20Mata_Innovaci%20C3%B3n%20de%20las%20Mypes%20de%20Los%20Olivos%20a%20partir%20de%20la%20asociatividad%20empresarial%20(1).pdf?sequence=1)
- Dominguez, F. B. (2009). *Eficacia y Eficiencia de la Empresa Actual. Temas de gerencia*. Obtenido de Gerencia.com.
- El Comercio. (26 de Abril de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/guiado-crecimiento-exportaciones-ultimos-10-anos-ecpm-noticia-630149-noticia/>
- Expansion. (2019). *Datos Macro*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/peru>
- Exterior, I. d. (30 de Octubre de 2017). *Programas de Exportaciones*. Obtenido de <http://www.idexperu.org/programas-de-exportaciones.html>

- Ferrando, P. A. (2015). Asociatividad para mejora de la competitividad de pequeños productores agrícolas. *Universidad Agraria la Molina: Canales científicos*((76)1), 177-185. doi:<http://dx.doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>
- Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L., & Garrido, C. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina*. Santiago de Chile. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9C831480E71D5E9B05257D9E00750F3C/\\$FILE/1_pdfsam_S2011124_es.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9C831480E71D5E9B05257D9E00750F3C/$FILE/1_pdfsam_S2011124_es.pdf)
- Flores Cancino, G. D. (2015). *Análisis de Factores de Asociatividad que influyen en el nivel de productividad de cacao de las Asociaciones Tsáchilas - Los Naranjos, 2013*. Santo Domingo: Ecuador. Obtenido de <https://1library.co/document/zlnmjmgq-analisis-factores-asociatividad-influyen-productividad-asociaciones-tsachilas-naranjos.html#fulltext-content>
- García Guilliani, J., Cazallo Antúnez, A., Barragan Morales, C., Mercado Zapata, M., Olarte Durán, L., & Meza Rodriguez, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en la gestión de procura de materiales en Departamento del Atlántico, Colombia. *Espacios*, 40(n°22), 16. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p16.pdf>
- González Vásquez, A. E. (Septiembre-Diciembre de 2018). Asociatividad y desarrollo económico de los productores de cacao en la provincia de Los Ríos. *Killkana Sociales*, 2(4), 49-56. Obtenido de https://killkana.ucacue.edu.ec/index.php/killkana_social/article/view/369/456
- Grueso, M. G., & et al. (2009). *Formulación y control de la estrategia en un grupo de*. Obtenido de <https://www.jotmi.org/index.php/GT/article/view/art139/515>
- Guerrero, P. D. (2019). *Propuesta de Asociatividad para mejorar la gestión y competitividad de los productores de pimienta piquillo en el distrito de Motupe región de Lambayeque*. Chiclayo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2111/1/TL_GuerreroParedesDiana.pdf
- Gutiérrez Mejía, L. A. (2015). Proceso de asociatividad como fuente de teoría y ejercicio de gerencia en Colombia. *Revista De La Facultad Nacional De Salud Pública*, 2(33), p.308-309. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1689390539?accountid=14747>
- Hernández, C. M., Mendoza, M. J., & González, F. L. (2008). Construcción y validez del instrumento de cultura organizacional y competitividad. *Dialnet*, 2. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2734274>
- Hernández, L. D. (2011). *Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso*. Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresarial.pdf

- Hill, C. (2011). *Negocios internacionales: competencia en el mercado global*. 703 p. Obtenido de http://webdelprofesor.ula.ve/economia/oscard/materias/E_E_Mundial/Negocios_internacionales_Charles_Hill_8va_ed.pdf
- Hoyos-Villa, O. A. (Diciembre de 2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. *Entramado*, 15(2), 78-103. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/5597/5171>
- Huaral.pe. (2010). Obtenido de <https://www.huaral.pe/actividad-economica/2010/>
- INEI. (2019). *Informe Técnico: Producción Nacional - Septiembre 2019*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de http://m.inei.gov.pe/media/principales_indicadores/produccionnoviembre_1.pdf
- Instituto Crecer. (07 de Marzo de 2019). *Agricultura Familiar y Pobreza Rural*. *GESTION*. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/innovacion-sinergias-y-crecimiento/2019/03/agricultura-familiar-y-pobreza-rural.html?ref=gesr>
- Instituto de Comercio Exterior. (2019). *República del Perú*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2016645973.html?idPais=PE&null>
- Instituto de Estadística e Informática, I. (2013). *Instituto de Estadística e Informática*. Resultados definitivos IV Censo Agropecuario 2012, Lima. Obtenido de Resultados definitivos IV Censo Agropecuario 2012: <http://iinei.inei.gov.pe/microdatos/>
- Internacional, C. d. (2011). *Gestión de calidad de Exportación: Guía para pequeños y medianos exportadores*. Obtenido de <http://www.perucam.com/pdfs/GExportacion.pdf>
- Jim Yong Kim. (5 de Junio de 2018). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/06/05/global-economy-to-expand-by-3-1-percent-in-2018-slower-growth-seen-ahead>
- Kumar Bandi, K., & Kamlesh, B. (2008). *The process of Internationalization in Small and Medium Enterprises (SMEs)*. Obtenido de <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:238800/FULLTEXT01.pdf>
- Laborda, M., & Salas, V. (2007-2008). *¿Qué nos dicen el tamaño y la internacionalización de las empresas sobre los factores de desarrollo empresarial en España?* Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/375/41.pdf>
- Losano Monroy, F. D. (2010). *La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007
- Lozano, M. A. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *Reista EAN*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602010000100014

- Manuel, B. R. (2014). *Guía para la promoción de la asociatividad empresarial rural para el acceso al mercado*. Obtenido de <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/guia-promocion/guia-promocion.pdf>
- Martínez Pérez, M., Pedraza Avella, A., & Caballero Márquez, J. (2018). *Internationalization of associative and sustainable entrepreneurship in the rural sector through triple bottom line investments*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Jose_Marquez28/publication/329958716_Internationalization_of_Associative_and_Sustainable_Entrepreneurship_in_the_Rural_Sector_Through_Triple_Bottom_Line_Investments/links/5f1479d2299bf1e548c372c5/Internationalization-o
- Martínez, H., & Pico, J. (2012). Eficiencia y productividad en el comercio del sector manufacturero entre Venezuela y Mercosur. *Revista Venezolana de Gerencia*(62), 265 - 290. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Hugo_Martinez_Caraballo/publication/323431928_Eficiencia_y_productividad_en_el_comercio_del_sector_manufacturero_entre_Venezuela_y_Mercosur/links/5a95e5aeaca27214056948c2/Eficiencia-y-productividad-en-el-comercio-del-s
- Martínez, J. (2014). *La asociatividad como alternativa para la penetración de mercados internacionales: caso de estudio asociación de paneleros ASOPROPANOC*. Tesis de Maestría, Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/6997/1/La%20asociatividad%20como%20alternativa%20>
- Mathews Salazar, J. (2014). *Asociatividad empresarial*. Obtenido de <http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>
- Mathews, S. J. (2014). *Propuestas para mejorar la descentralización: Asociatividad*. Obtenido de <http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>
- Mejía, P. R. (2011). *La asociatividad empresarial como estrategia para la internacionalización de las pymes*. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2269/1/T0937-MBA-Mej%C3%ADa-Asociatividad.pdf>
- Mendoza Zapata, C., & Giraldo Pardave, M. (2016). *La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana*. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017_Mendoza_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf
- Mendoza, Z. C., & Giraldo, P. M. (2016). *La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana*. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017_Mendoza_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf

- Meraz, R. L., Maldonado, R. S., & García, R. B. (2015). *Construcción y validación de un instrumento para medir la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector vitivinícola del Valle de Guadalupe*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/275022604_CONSTRUCCION_Y_VALIDACION_DE_UN_INSTRUMENTO_PARA_MEDIR_LA_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_MICRO_PEQUENAS_Y_MEDIANAS_EMPRESAS_DEL_SECTOR_VITIVINICOLA_DEL_VALLE_DE_GUADALUPE_CONSTRUCTION_AND_VALIDATION_OF_AN_INST
- MINAGRI. (2014). *Ministerio de Agricultura y Riego*. Obtenido de Guia para la promoción de la Asociatividad Empresarial Rural para el acceso al mercado: <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/guia-promocion/guia-promocion.pdf>
- MINCETUR. (2008). *Proyecto de cooperación UE-PERU/PENX*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf
- MINCETUR. (Abril de 2018). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2018/RMC_Abril_2018.pdf
- MINCETUR. (2019). Obtenido de Plan Regional al Exportador: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/354677/PERX_LIMA-2.pdf
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2016). *Política nacional agraria*. Obtenido de <https://fddocuments.es/document/negocios-internacionales-ambientes-y-operaciones.html>
- Ministerio de la Producción. (2010). *PRODUCE*. Obtenido de Plan estratégico sectorial multianual de sector de producción 2011-2015: [http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/1/jer/TRPROD/pesem-2011-2015\(1\).pdf](http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/1/jer/TRPROD/pesem-2011-2015(1).pdf)
- Mondragón, A. B. (Enero a Diciembre de 2014). Uso de correlación de Spearman en un estudio de intervención fisioterapia. *Vol.8* ((1)), 98-104. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5156978.pdf>
- Montes, G. R. (2018). *La asociatividad en los productores Cacaoteros del VRAEM como estrategia de internacionalización*. Obtenido de <http://repositorio.udaff.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11936/81/Tesis%20Asociatividad%20VRAEM%20Ruth%20K%20Montes%20UDAFF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Montes, V. M. (2017). *Estrategias asociativas y la competitividad de los productos de palto del distrito de Kaquiabamba, Andahuaylas - 2016*. Obtenido de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/284/Mauro_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mora G. y Constanzo J. (2017). *Emprender sin descuidar la casa: posiciones dinámicas organizativas en una asociación productiva de mujeres rurales*. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr14-80.edcp>: Cuadernos de Desarrollo Rural.

- Municipalidad Provincial de Huaral. (2011). *Mejoramiento y equipamiento de los servicios educativos del nivel inicial y primario del I.E.P. N°21010 clara nichos mansilla de la provincia de Huaral - Region Lima*. Obtenido de http://ofi5.mef.gob.pe/appFs/Download.aspx?f=10218_MPHUARALGDU_2013228_192718.pdf
- Narváez, M., Fernández, G., & Senior, A. (Diciembre de 2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: Una propuesta estratégica*. *Opción*, 27(57). Obtenido de Scielo: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000300006
- Oberrath, N. (19 de Febrero de 2020). *Pwc Perú*. Obtenido de <https://desafios.pwc.pe/como-responden-las-empresas-peruanas-a-las-nuevas-tendencias-en-el-mercado/>
- OCDE & Eurostat. (2005). *Manual Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Obtenido de http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05_spa.pdf
- Orellana, L. M. (2018). “*Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso Empresa Gómez Exportadores e Importadores S.A.C. – Chimbote, 2017*”. Chimbote - Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3837/FINANCIAMIENTO_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_ORELLANA_LI_MARIELLA_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ottaviano, G., & Volpe Martincus, C. (2011). SMEs in Argentina: Who are the exporters? *Small Bus Econ*, 37, 341-361. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-009-9244-0>
- Oviedo Bejarano, A. (2018). *Estrategias para la internacionalización de las pymes familiares del cantón Ambato - Provincia de Tungurahua*. Ambato: Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27917/1/04%20AEF.pdf>
- Pacheco, J., Castañeda, W., & Hernán, C. (2002). *Indicadores integrales de gestión: Incluye Modelo de Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard)*. Bogotá: Mc Graw – Hill Interamericana Editores. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Juan_Pacheco14/publication/31604047_Indicadores_Integrales_de_Gestion_Incluye_Modelo_de_Cuadro_de_Mando_Integral_Balanced_Scorecard/links/5d255ba0458515c11c218a3b/Indicadores-Integrales-de-Gestion-Incluye-Modelo-de-Cua
- Peñaranda, C. (28 de Mayo de 2019). Más de 7.3 millones de empresas en el país son informales, según la CCL. *Perú21*. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/7-3-millones-empresas-pais-son-informales-ccl-nndc-480925-noticia/?ref=p21r>
- Pineda, R. E. (2019). *La asociatividad y la internacionalización de las pymes del sector textil de la Asociación Cámara de Comercio de Gamarra, 2018*. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/49868/Pineda_REJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- PNUD. (2000). *Informe sobre el desarrollo humano 2000*. Obtenido de http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2000_es.pdf
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=CIgKoErmS_MC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Puello, P. N. (2016). *Modelo para la medición de la competitividad en clusters basado en la dinámica de sistemas. Caso de Estudio: Cluster de muebles del departamento del Atlántico*. Obtenido de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0069371.pdf>
- Puyana, S. D. (2005). *Expansión e internacionalización de las pymes agroindustriales colombianas*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/52475951.pdf>
- Quépuy, P. F. (2016). *Propuesta de alternativa de financiamiento para la asociación de artesanas, comunidad de poma III, región Lambayeque, período 2014*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/715/TL_Quepuy_Perleche_FernandoMiguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosales, R. (Julio - Septiembre de 1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las pymes. *SELA, Edición n°51*, p.312.
- Rosero, Barzola, C., & León Palacios, J. (2016). *Análisis de los factores de internacionalización en empresas de calzado*. Obtenido de <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/comercionegocio/article/download/679/682/2114>
- Salazar, R. M., Icaza, G. M., & Alejo, M. O. (enero-marzo de 2018). La importancia de la ética en la investigación. *Scielo, 10*(1).
- Sánchez, J. M. (2019). *Caracterización del financiamiento de las empresas del sector agro exportación de uva en el Perú. Caso: Agroexportadora El Pedregal SA – Piura, 2018*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8879?show=full>
- Sanin, M., & Zimet, F. (2001). *Estimación de una frontera de eficiencia técnica en el mercado de seguros uruguayo*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Maria-Eugenia_Sanin/publication/237228050_Estimacion_de_una_frontera_de_eficiencia_tecnica_en_el_mercado_de_seguros_uruguayo/links/5555bde208ae6943a871ee16/Estimacion-de-una-frontera-de-eficiencia-tecnica-en-el-mercado
- Sarmiento, d. V. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Revista Dimensión Empresarial, 2*(1), p. 111-138 . Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>
- Soleno, W. R. (2013). *Experiencias Asociativas de tipo cooperativo como estrategia de inserción de la pequeña y mediana producción citrícola familiar en el mercado internacional de frutas frescas*. Buenos Aires. Obtenido de <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/doctorado/2013solenowilchesronald.pdf>

- Suarez, P. M. (Mayo de 2017). *El conocimiento, determinante en procesos de asociatividad: una experiencia en conformación de redes empresariales*. Obtenido de DIALNET: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6068649.pdf>
- Tedesco, L. (2009). *El rol del estado entorno a la formación de complejos industriales*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Lorena_Tedesco/publication/330882945_El_rol_del_Estado_en_torno_a_la_formacion_de_complejos_agroindustriales/links/5c59b79f45851582c3cff919/El-rol-del-Estado-en-torno-a-la-formacion-de-complejos-agroindustriales
- Torres, D., Guerrero, F., & Paradas, M. (Marzo - Agosto de 2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 14(2). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6430961.pdf>
- Trading consult. (2009). Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/5.pdf>
- Trujillo, D. M., Rodríguez, O. D., Guzmán, V. A., & Becerra, P. G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*. Bogotá: Colombia. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf?sequence=1>
- Vara, H. A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para un tesis exitosas*. Obtenido de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Vasquez Aguirre, L. S. (2019). *Modelo de Asociatividad de pequeños productores de mango del distrito de Motupe, Región de Lambayeque, para mejorar su oferta exportable con valor agregado*. Pimentel - Perú.
- Vasquez Ramirez, A. e. (2018). La Asociatividad Empresarial Como Alternativa Estrategica. *Revista Científica de la Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer*, 2, p. 2–57. Obtenido de <https://www.usam.edu.sv/ictusam/revista-masferrer-investiga/todas-masferrer-investiga/book/28/1?page=17>
- Vega, L. A., Flores, O. M., & Solis, Q. M. (2011). Factores de contingencia que inciden en la profesionalización y competitividad de las empresas familiares del sector industrial de Tijuana, B.C., México. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 6(2). Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Maria_Flores-Ortiz/publication/292158521_FACTORES_DE_CONTINGENCIA_QUE_INCIDEN_EN_LA_PROFESIONALIZACION_Y_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_EMPRESAS_FAMILIARES_DEL_SECTOR_INDUSTRIAL_DE_TIJUANA_BC_MEXICO/links/56abc b6b08ae28588c5d08
- Velazco, J., & Velazco, J. (s.f.). *Características del empleo agrícola en el Perú*. Obtenido de <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/LDE-2012-01-06.pdf>

- Vergiu, C. J. (2013). La cadena de valor como herramienta de gestion para un empresa de servicio. *Revista de la Facultad de Ingenieria Industrial, 16(1)*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v16_n1/pdf/a03v16n1.pdf
- Villar, R. F. (2011). Factores de éxito de las iniciativas comunitarias de generación de ingresos y estrategias para apoyarlas. Obtenido de http://grupodis.net/docs_gestrategica/guia_iniciativas_2011.pdf
- Yogi, Y. W., Hotna, M. R., & Romy, L. (7-9 de August de 2019). The internationalization intention of small and medium-sized enterprises: the influence of product and process innovation. *ICMEM, 11(4)*.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:	La asociatividad como determinante de la intención de internacionalización de los productores de frutas – Caso: Asociación Palpa-Huaral, 2020				
LINEA DE INVESTIGACION:	Mypes y Emprendimiento				
AUTOR:	Ubaldo Cano Mishell Lucero				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuál es la relación que existe entre la asociatividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020?	Determinar la relación entre la asociatividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	Existe una relación significativa entre la asociatividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	V1: La Asociatividad	D1:Productividad	Enfoque: Cuantitativa
				D2: Competitividad	
				D3: Financiamiento	
			V2: Intención de internacionalización		Tipo: Aplicada
					Diseño: Transversal y no experimental
					Unidad de Investigación: Asociación Palpa-Huaral
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas (igual)		Indicadores	Fuentes de Información
¿Existe relación entre la productividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta	Establecer la relación de la productividad y la intención de internacionalización de los productores de	La productividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización	D1: Productividad	Eficiencia, Eficacia y Economías de escala	Referencias Bibliográficas

de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020?	fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	V2: Intención de internacionalización	
¿Existe relación entre la competitividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020?	Determinar la relación de la competitividad y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	La competitividad tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	D2:Competitividad	Mercados Internacionales, Estándares de Calidad e Innovación
			V2: Intención de internacionalización	
¿Existe relación entre el financiamiento y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020?	Establecer la relación del financiamiento y la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	El financiamiento tiene relación significativa con la intención de internacionalización de los productores de fruta de la Asociación Palpa-Huaral en el año 2020	D3: Financiamiento	Recursos financieros, recursos materiales y recursos técnicos o tecnológicos
			V2: Intención de internacionalización	

Anexo 2: Matrices de operacionalización de variable

VARIABLE 1: LA ASOCIATIVIDAD				
Definición conceptual: Mecanismo por el cual un grupo de productores o empresas a través de la cooperación busca mejorar su producción, es voluntaria (Rosales, 1997).				
Instrumento: Cuestionario			Técnica: La encuesta	
Dimensiones	Indicadores		Ítems	
	(Definición Operacional)		Ítems del instrumento	
Productividad: Refleja el adecuado uso de los recursos de una economía dentro de la producción de bienes y servicios, este término se relaciona a la eficiencia y eficacia	I1	Eficiencia	P1	Considera que es importante realizar una medición y evaluación del nivel de la productividad para su internacionalización.
		Capacidad de disponer de algo para conseguir un efecto determinado	P2	Considera que una producción en conjunto con sus compañeros de la asociación aportaría a su internacionalización.
			P3	Considera importante una adecuada gestión de los recursos para su producción en su proceso de internacionalización.
	I2	Eficacia	P4	Considera importante tener una buena relación directa con el cliente en el proceso de su internacionalización.
		Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera	P5	Considera importante realizar una gestión de proveedores de insumos para su internacionalización.
			P6	Considera importante contar con un catálogo de productos a ofrecer para su proceso de internacionalización.
			P7	Considera que a través de la asociación puede disminuir sus costos de producción.
	I3	Economía de escala	P8	Considera que a través de la asociación la cantidad de la producción puede aumentar para su intención de internacionalización.
		Disminución del costo por unidad de producción relacionado al incremento de la capacidad de producción	P9	Considera que a través de la Asociación puede incrementar el precio del producto.
			P10	Considera importante realizar investigación de mercado para su intención de internacionalización.
Competitividad: La atención y satisfacción del cliente conforman aspectos importantes que impulsan el	I1	Mercados Internacionales	P10	Considera importante realizar investigación de mercado para su intención de internacionalización.
		Clientes potenciales para la venta de los productos	P11	Considera importante realizar un análisis acerca de su competencia, sus clientes y sus estrategias de mercado.

proceso de internacionalización.		P12	Como productor considera que existen oportunidades de negocio en el exterior.	
	I2	Estándares de Calidad	P13	Considera que su producto puede cumplir con estándares de calidad.
		Características que tienen los productos para su internacionalización	P14	Considera que su producto cumple con regulaciones de seguridad e higiene.
			P15	Considera que su producto cumplirá con las características demandas por países extranjeros.
	I3	Innovación	P16	Considera que la asociación cuenta con la tecnología adecuada para ser competitiva.
		Desempeño en el mercado que tienen los productores o empresas en relación a su competencia	P17	Considera que es importante innovar sus productos para lograr una internacionalización.
			P18	Considera la opción de invertir en I+D para su proceso de internacionalización.
	Financiamiento: Recursos financieros que obtienen las empresas para adquirir recursos como materia prima, tecnología,	I1	Recursos Financieros	P19
Medio de financiamiento para obtener recursos (materia e insumos)			P20	La asociación cuenta con posibilidad de crédito de proveedores.
I2		Recursos Materiales	P21	Se planean los recursos necesarios para la producción de la asociación.
		Insumos para inicio de una siembra y cosecha de los productor	P22	Considera que la asociación cuenta con la suficiente infraestructura local para su internacionalización.
I3		Recursos Técnicos o Tecnológicos	P23	Considera necesario que la asociación renueve equipos y maquinarias.
		Medios para la fabricación o producción del producto final	P24	Considera necesario implementar mecanismos de control de calidad para el abastecimiento de suministros (materia prima, herramientas, entre otros)

VARIABLE 2: INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN			
Definición conceptual: Es aquel propósito por el cual un grupo de productores buscan ingresar a nuevos mercados internacionales, para participar de la globalización y expandirse a través de la exportación de sus productos a mercados extranjeros			
Instrumento: Cuestionario		Técnica: La encuesta	
Dimensiones	Indicadores	Ítems	
	(Definición Operacional)	Ítems del instrumento	
Intención de Internacionalización	Intención de Internacionalización	P25	La asociación se esforzará por vender en el extranjero los productos que fabrica y/o comercializa.
		P26	La asociación tiene compromiso con las actividades exportadoras.
		P27	Los miembros de la asociación cuentan con información relacionada con las actividades de exportación.
		P28	La asociación está preparada para gestionar los riesgos relacionados con las exportaciones.
		P29	Que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación.
		P30	Es importante que una buena imagen de los productos es necesaria para ser reconocida en otros países

Anexo 3: Instrumento de recopilación de datos

a) Encuesta:

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

- **Título del estudio:** “La asociatividad como mecanismo de internacionalización de los productores de frutas de la provincia de Huaral”
- **Nombre y dirección del estudiante:** Mishell Lucero Ubaldo Cano, Av. Elías Aguirre n. 247 – Villa María del Triunfo.
- **Sitio donde se realizará el estudio:** Huaral – Palpa – Perú

El propósito del presente estudio acerca de la “La asociatividad como mecanismo de internacionalización de los productores de frutas de la provincia de Huaral”, tiene como objetivo determinar la incidencia de la asociatividad sobre la intención de internacionalización de los productores del distrito de Palpa de la provincia de Huaral, así como también, determinar como la productividad, la competitividad y el financiamiento incurren en la internacionalización de los productores.

Si usted accede a participar, se le solicitará ciertos datos personales y su apoyo respondiendo algunas preguntas. El tiempo de participación le tomará aproximadamente 15 minutos, y no ocasionará perjuicio alguno para usted.

Las preguntas que responda serán transcritas a una matriz de datos para su posterior análisis a nivel macro. Luego de ello, los resultados serán publicados como investigación científica de tesis y un potencial artículo científico. En ese sentido, queda garantizada la privacidad de la información que brinde. Asimismo, la presente investigación ha sido evaluada y autorizada por la Universidad San Martín de Porres.

Una vez finalizado y publicado el producto de investigación, se le brindará una copia vía correo electrónico. Sin embargo, si usted desea una copia en físico, podrá solicitarla al momento de finalizar la encuesta. Cabe señalar que los costos de impresión y envío de la copia en físico serían asumidos por su persona.

Finalmente, su participación es voluntaria, por ello la información recolectada será usada para el propósito y los fines de investigación antes señalados. Si tuviera alguna duda o consulta adicional puede escribir a la tesista, cuya dirección de correo electrónico se indica debajo.

Muchas gracias por su participación.

Por la presente, doy mi consentimiento para participar en el estudio “La asociatividad como mecanismo de internacionalización de los productores de frutas de la provincia de Huaral”. Soy consciente que mi participación es enteramente voluntaria. Al firmar este protocolo de consentimiento informado estoy de acuerdo con que mis datos sean usados únicamente para el propósito de este estudio. Además, entiendo que puedo pedir información sobre el estudio una vez que éste haya concluido. Para esto, puedo escribir a la siguiente dirección de correo: lucromishell.uc@gmail.com

Nombre, D.N.I.: _____ Fecha: _____

CUESTIONARIO A PRODUCTORES DE FRUTA DE LA ASOCIACIÓN

PALPA-HUARAL

Estimado/os productor/es,

Estamos realizando una encuesta para identificar si la formación de su Asociación representa un mecanismo para su internacionalización.

La información que usted nos brinde será fundamental para analizar a la asociatividad como un mecanismo de internacionalización, además, servirá como guía para productores de las diferentes regiones del país.

Por favor, tenga la mayor confianza al responder el cuestionario. La información de contacto de este cuestionario es completamente confidencial. Por tanto, su nombre no será mencionado y la data recolectada será manejada a nivel macro.

Si tiene alguna pregunta, por favor, no dude en consultar con la/el encuestador/a

Consentimiento Informado

1. He decidido libremente participar en el estudio. SÍ () NO ()
2. Comprendo que mi participación es voluntaria. SÍ () NO ()

DEL/LA PRODUCTOR(A)		
Por favor responda las siguientes preguntas:		
1	Apellidos y nombres:	
2	Sexo:	
3	Edad:	
4	Estado civil:	a. Conviviente
		b. Separada/o
		c. Soltero/a
		d. Casado/a
		e. Viudo/a
		d. Divorciado/a
5	¿Usted tiene hijos?	a. Sí. ¿Cuántos? _____
		b. No
6	Nivel educativo alcanzado	a. Sin nivel
		b. Educación inicial
		c. Primaria incompleta
		d. Primaria Completa
		e. Secundaria Incompleta
		f. Secundaria Completa
		g. Superior no universitaria incompleta
		h. Superior no universitaria completa

		i. Superior universitaria incompleta
		j. Superior universitaria completa
		k. Maestría / Doctorado
7	Constitución legal del productor ante SUNAT	a. Persona natural
		b. Persona jurídica
		c. No estoy constituido legalmente
8	Condición de la propiedad	a. Propietario de la tierra de cultivo
		b. Solo trabajo la tierra de cultivo
9	Título de propiedad	a. Cuenta con título de propiedad
		b. Se encuentra en trámite
		c. No cuenta con título de propiedad
10	Cantidad de hectáreas que posee	a. Menos de 1 hectárea
		b. De 1 a 5 hectáreas
		c. De 6 a 10 hectáreas
		d. De 11 a más
11	Tiempo dentro de la Asociación	_____ años
12	El formar parte de la asociación fue o cree que sería favorable para acceder a un financiamiento	a. Sí
		b. No
13	¿Alguna vez ha realizado alguna exportación? ¿Cuántas veces?	a. Sí: _____ n° veces
		b. No
14	Actualmente, ¿Cuál es el destino de la venta de su producción?	a. Mercado Nacional
		b. Mercado Exterior
		c. Ambos
15	De tener mercado exterior como destino de la venta de su producción, ¿Qué países son?	_____
16	¿Cuál es el porcentaje de su producción que se dirige al exterior?	a. 0%
		b. De 1 a 20%
		c. De 21% a 35%
		d. De 36% a 50%

		e. De 51% a más
17	¿Usted se encuentra conforme con la formación de la asociación?	a. Sí
		b. No
		c. No opina
18	Dentro de sus planes para el próximo año ¿Cuál será su decisión en relación a la asociatividad?	a. Permanecer
		b. Declinar
		c. No sabe / No opina
19	De aquí a un año recomendaría la formación de una asociatividad	a. Sí
		b. No

A continuación, encontrará una serie de afirmaciones. Las mencionadas tienen 5 opciones de respuesta, de las cuales usted deberá elegir **SOLO UNA**. Cada opción tiene un número, marque el número que corresponde a la opción que elija, de la siguiente manera:

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

ÍTEM					
ASOCIATIVIDAD					
Productividad: De acuerdo al concepto de productividad lo cual implica incrementar la cantidad y la calidad de la producción al menor costo, optimizar y acceder el uso del capital, tecnología, mano de obra y gestión organizacional (Pacheco, 2016).					
Indique cuán de acuerdo está con las siguientes afirmaciones. Marque con una "X"					
Yo considero que:					
Es importante realizar una medición y evaluación del nivel de la productividad para internacionalizarse.	1	2	3	4	5
Una producción en conjunto con mis compañeros de la asociación aportaría en la internacionalización.	1	2	3	4	5
Es importante una adecuada gestión de los recursos de producción para la internacionalización.	1	2	3	4	5

Es importante obtener una relación directa con el cliente en la internacionalización.	1	2	3	4	5
Realizar una gestión de proveedores de insumos es importante para internacionalizarse.	1	2	3	4	5
Es importante contar con un catálogo de productos a ofrecer para iniciar la internacionalización.	1	2	3	4	5
A través de la asociación puedo disminuir los costos de producción.	1	2	3	4	5
A través de la asociación la cantidad de la producción puede aumentar para internacionalizarse.	1	2	3	4	5
A través de la asociación puede incrementar el precio del producto.	1	2	3	4	5

Competitividad: De acuerdo al concepto de competitividad el cual hace referencia a la capacidad de una empresa de producir, desarrollar, colocar y suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficientemente que sus competidores Alic (1997).					
Indique cuán de acuerdo está con las siguientes afirmaciones. Marque con una "X"					
Yo considero que:					
Es importante realizar una investigación de mercado del país destino para internacionalizarse.	1	2	3	4	5
Es importante realizar un análisis acerca de la competencia, clientes y estrategias de mercado.	1	2	3	4	5
Como productor, existen oportunidades de negocio en el exterior.	1	2	3	4	5
El producto puede cumplir con estándares de calidad nacionales e internacionales.	1	2	3	4	5
El producto puede cumplir con regulaciones de seguridad e higiene nacionales e internacionales.	1	2	3	4	5
El producto se ajustaría a características demandadas por países extranjeros.	1	2	3	4	5
La asociación cuenta con la tecnología adecuada para ser competitiva a nivel nacional.	1	2	3	4	5
Es importante la innovación en los productos para lograr una internacionalización.	1	2	3	4	5

La opción de invertir en I+D (investigación y desarrollo) es importante para la internacionalización.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Financiamiento: De acuerdo al concepto de Financiamiento el cual hace referencia a los recursos financieros que obtienen las empresas para adquirir recursos como materia prima, tecnología entre otros, nos interesa saber qué motivos son necesarios para lograr su internacionalización (Cruz, 2016).					
Indique cuán de acuerdo está con las siguientes afirmaciones. Marque con una "X"					
Yo considero que:					
La asociación cuenta con posibilidad de obtener un crédito en el sector financiero.	1	2	3	4	5
La asociación cuenta con posibilidad de obtener crédito con los proveedores.	1	2	3	4	5
Es necesario planificar el uso de los recursos financieros para la producción de la asociación.	1	2	3	4	5
La asociación cuenta con suficiente infraestructura local.	1	2	3	4	5
Es necesario que la asociación renueve equipos y maquinarias.	1	2	3	4	5
Es necesario implementar mecanismos de control de calidad para el abastecimiento suministros (materia prima, herramientas, entre otros).	1	2	3	4	5

ÍTEMS					
INTENCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN					
Internacionalización: Definición conceptual: El concepto de Internacionalización se refiere a aquel proceso que integra operaciones y decisiones estratégicas que facilitan el establecimiento de relaciones y vínculos crecientes, que son cada vez más estables, entre la empresa y sus mercados en el exterior. (Acosta,2015)					
Indique cuán de acuerdo está con las siguientes afirmaciones. Marque con una "X"					
Yo considero que:					
La asociación se esforzará por vender en el extranjero los productos que fabrica y/o comercializa.	1	2	3	4	5

La asociación tiene compromiso con las actividades exportadoras.	1	2	3	4	5
Los miembros de la asociación contamos con información relacionada con las actividades de exportación.	1	2	3	4	5
La asociación está preparada para gestionar los riesgos relacionados con las exportaciones.	1	2	3	4	5
Que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación.	1	2	3	4	5
Es importante mantener una buena imagen de los productos para ser reconocidos en otros países.	1	2	3	4	5

Muchas gracias por su colaboración.

b) Entrevista Virtual

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

- **Título del estudio:** “La asociatividad como mecanismo de internacionalización de los productores de frutas de la provincia de Huaral”
- **Nombre y dirección del estudiante:** Mishell Lucero Ubaldo Cano, Av. Elías Aguirre n. 247 – Villa María del Triunfo.
- **Sitio donde se realizará el estudio:** Huaral – Palpa – Perú

El propósito del presente estudio acerca de la “La asociatividad como mecanismo de internacionalización de los productores de frutas de la provincia de Huaral”, tiene como objetivo determinar la incidencia de la asociatividad sobre la intención de internacionalización de los productores del distrito de Palpa de la provincia de Huaral, así como también, determinar como la productividad, la competitividad y el financiamiento incurren en la internacionalización de los productores.

Si usted accede a participar, se le solicitará ciertos datos personales y su apoyo respondiendo algunas preguntas. El tiempo de participación le tomará aproximadamente 15 minutos, y no ocasionará perjuicio alguno para usted.

Sus respuestas serán transcritas y registradas en una matriz de datos para su posterior análisis. Luego de ello, los resultados serán publicados como investigación científica de

tesis y un potencial artículo científico, pero bajo ningún punto de vista se revelará su información personal, salvo su puesto como “representante de la asociación Palpa”.

Una vez finalizado y publicado el producto de investigación, se le brindará una copia vía correo electrónico. Sin embargo, si usted desea una copia en físico, podrá solicitarla al momento de finalizar la encuesta. Cabe señalar que los costos de impresión y envío de la copia en físico serían asumidos por su persona.

Finalmente, su participación es voluntaria, por ello la información recolectada será usada para el propósito y los fines de investigación antes señalados. Si tuviera alguna duda o consulta adicional puede escribir a la tesista, cuya dirección de correo electrónico se indica debajo.

Muchas gracias por su participación.

Por la presente, doy mi consentimiento para participar en el estudio “La asociatividad como mecanismo de internacionalización de los productores de frutas de la provincia de Huaral”. Soy consciente que mi participación es enteramente voluntaria. Al firmar este protocolo de consentimiento informado estoy de acuerdo con que mis datos sean usados únicamente para el propósito de este estudio. Además, entiendo que puedo pedir información sobre el estudio una vez que éste haya concluido. Para esto, puedo escribir a la siguiente dirección de correo: lucromishell.uc@gmail.com

Nombre, D.N.I.: _____ Fecha: _____

Anexo 4: Validación de expertos



FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIONES:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente:

Adaptado

de:

www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Lima 21 de septiembre de 2020

PRIMERA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS TABLA N^o 1

VARIABLE 1: Asociatividad

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Mishell Lucero Ubaldo Cano					
Variable 1:	Asociatividad - Variable 1					
(Especificar variable)						
Población:	Productores de fruta de la Asociación de Palpa de la provincia de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Productividad						
Eficiencia	Considera que es necesario realizar una medición y evaluación del nivel de la productividad para su internacionalización.	4	4	4	4	
	Considera que una producción en conjunto con sus compañeros de la asociación aportaría a su internacionalización.	4	4	4	4	
	Considera importante una adecuada gestión de los recursos para su producción en su proceso de internacionalización.	4	4	4	4	
Eficacia	Considera importante tener una buena relación directa con el cliente en el proceso de su internacionalización	4	4	4	4	
	Considera importante realizar una gestión de proveedores de insumos para su internacionalización.	4	4	4	4	
	Considera importante contar con un catálogo de productos a ofrecer para su proceso de internacionalización.	4	4	4	4	
Economías de Escala	Considera que a través de la asociación puede disminuir sus costos de producción.	4	4	4	4	
	Considera que a través de la asociación la cantidad de la producción puede aumentar para su intención de internacionalización.	4	4	4	4	
	Considera que a través de la Asociación puede incrementar el precio del producto.	4	4	4	4	
D2: Competitividad						
Mercados Internacionales	Considera importante realizar investigación de mercado para su intención de internacionalización	4	4	4	4	
	Considera importante realizar un análisis acerca de su competencia, sus clientes y sus estrategias de mercado.	4	4	4	4	
	Como productor considera que existen oportunidades de negocio en el exterior.	4	4	4	4	

Estándares de Calidad	Considera que su producto puede cumplir con estándares de calidad.	4	4	4	4	
	Considera que su producto cumple con regulaciones de seguridad e higiene.	4	4	4	4	
Innovación	Considera que su producto cumplirá con las características demandas por países extranjeros.	4	4	4	4	
	Considera que la asociación cuenta con la tecnología adecuada para ser competitiva.	4	4	4	4	
	Considera que es importante innovar sus productos para lograr una internacionalización.	4	4	4	4	
	Considera la opción de invertir en I+D para su proceso de internacionalización.	4	4	4	4	
D3:Financiamiento						
Recursos Financieros	Se planean los recursos necesarios para la producción de la asociación.	4	4	4	4	
	La asociación cuenta con posibilidad de crédito en el sector financiero.	4	4	4	4	
Recursos Materiales	Considera que la asociación cuenta con la suficiente infraestructura local para su internacionalización.	4	4	4	4	
	Considera necesario que la asociación debería renovar equipos y maquinarias.	4	4	4	4	
Recursos Técnicos o Tecnológicos	Considera necesario implementar mecanismos de control de calidad para el abastecimiento de materias primas y suministros.	4	4	4	4	
	Considera necesario disponer de un programa de mantenimiento y renovación de equipo.	4	4	4	4	

Validado por:


Apellidos y Nombres	Firma
Escudero Cipriani Carlos Antonio	
Fecha:22/09/2020	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: Intención de Internacionalización

Autor del Instrumento	Mishell Lucero Ubaldo Cano					
Variable 2: (Especificar variable)	Intención de Internacionalización - Variable 2					
Población:	Productores de fruta de la Asociación de Palpa de la provincia del Valle de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Intención de Internacionalización						
Internacionalización	Considera importante la imagen de los productos sea reconocida en otros países.	4	4	4	4	
	La asociación realiza esfuerzos por vender en el extranjero los productos que fabrica y/o comercializa.	4	4	4	4	
	Yo percibo que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación.	4	4	4	4	
	La asociación tiene compromiso con las actividades exportadoras.	4	4	4	4	
	Los miembros de la asociación cuentan con información relacionada con las actividades de exportación.	4	4	4	4	
	La asociación está preparada para gestionar los riesgos relacionados con las exportaciones.	4	4	4	4	

Validado por

Apellidos y Nombres	Firma
Escudero Cipriani Carlos Antonio	
Fecha: 22/09/2020	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) [Docente USMP] Externo ()
Apellidos y nombres:	Escudero Cipriani Carlos Antonio
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	Administrador de Negocios Internacionales
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Universidad de San Martín de Porres
Cargo actual:	Docente
Área de especialización	Negocios Internacionales
N° telefónico de contacto	956371772
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: cescudero@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (<input checked="" type="checkbox"/>)



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; el grado de licenciado solamente es válido para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno.

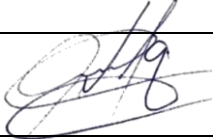
SEGUNDA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS TABLA N° 1

VARIABLE 1: Asociatividad

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Mishell Lucero Ubaldo Cano					
Variable 1: (Especificar variable)	Asociatividad – Variable					
Población:	Productores de fruta de la Asociación de Palpa de la provincia del Valle de Huaral					
Dimensión Indicador /	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Productividad						
Eficiencia	Considera que es necesario realizar una medición y evaluación del nivel de la productividad para su internacionalización.	4	4	4	4	-
	Considera que una producción en conjunto con sus compañeros de la asociación aportaría a su internacionalización.	4	4	4	4	-
	Considera importante una adecuada gestión de los recursos para su producción en su proceso de internacionalización.	4	4	4	4	-
Eficacia	Considera importante tener una buena relación directa con el cliente en el proceso de su internacionalización	4	4	4	4	-
	Considera importante realizar una gestión de proveedores de insumos para su internacionalización.	4	4	4	4	-
	Considera importante contar con un catálogo de productos a ofrecer para su proceso de internacionalización.	4	4	4	4	-
Economías de Escala	Considera que a través de la asociación puede disminuir sus costos de producción.	4	4	4	4	-
	Considera que a través de la asociación la cantidad de la producción puede aumentar para su intención de internacionalización.	4	4	4	4	-
	Considera que a través de la Asociación puede incrementar el precio del producto.	4	4	4	4	-
D2: Competitividad						
Mercados	Considera importante realizar investigación de mercado para su intención de internacionalización	4	4	4	4	-

Internacionales	Considera importante realizar un análisis acerca de su competencia, sus clientes y sus estrategias de mercado.	4	4	4	4	-
Estándares de Calidad	Como productor considera que existen oportunidades de negocio en el exterior.	4	4	4	4	-
	Considera que su producto puede cumplir con estándares de calidad.	4	4	4	4	-
	Considera que su producto cumple con regulaciones de seguridad e higiene.	4	4	4	4	-
Innovación	Considera que su producto cumplirá con las características demandas por países extranjeros.	4	4	4	4	-
	Considera que la asociación cuenta con la tecnología adecuada para ser competitiva.	4	4	4	4	-
	Considera que es importante innovar sus productos para lograr una internacionalización.	4	4	4	4	-
	Considera la opción de invertir en I+D para su proceso de internacionalización.	4	4	4	4	-
D3:Financiamiento						
Recursos Financieros	Se planean los recursos necesarios para la producción de la asociación.	4	4	4	4	-
	La asociación cuenta con posibilidad de crédito en el sector financiero.	4	4	4	4	-
Recursos Materiales	Considera que la asociación cuenta con la suficiente infraestructura local para su internacionalización.	4	4	4	4	-
	Considera necesario que la asociación debería renovar equipos y maquinarias.	4	4	4	4	-
Recursos Técnicos o Tecnológicos	Considera necesario implementar mecanismos de control de calidad para el abastecimiento de materias primas y suministros.	4	4	4	4	-
	Considera necesario disponer de un programa de mantenimiento y renovación de equipo.	4	4	4	4	-

Validado por:


Apellidos y Nombres	Firma
María Raquel Chafloque Céspedes	
Fecha: 25/09/2020	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: Intención de Internacionalización

Autor del Instrumento	Mishell Lucero Ubaldo Cano					
Variable 2: (Especificar variable)	Intención de Internacionalización - Variable					
Poplación:	Productores de fruta de la Asociación de Palpa de la provincia del Valle de Huaral					
Dimensión Indicador	Ítems	Suficien	Clarida	Coheren	Relevan	Observaciones y/o recomendaciones
Intención de Internacionalización						
Internacionalización	Considera importante la imagen de los productos sea reconocida en otros países.	4	4	4	4	Mejorar la redacción
	La asociación realiza esfuerzos por vender en el extranjero los productos que fabrica y/o comercializa.					Mejorar la redacción
	Yo percibo que las actividades de exportación son importantes para el desarrollo de la asociación.					-
	La asociación tiene compromiso con las actividades exportadoras.					-
	Los miembros de la asociación cuentan con información relacionada con las actividades de exportación.					-
	La asociación está preparada para gestionar los riesgos relacionados con las exportaciones.					-

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
María Raquel Chafloque Céspedes	
Fecha 25/09/2020	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	María Raquel Chafloque Céspedes
Sexo:	Hombre () Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	Economista
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	Docente e investigadora
Área de especialización	Informalidad, Violencia contra la mujer, Sostenibilidad y Emprendimiento
N° telefónico de contacto	958481675
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: mchafloquec@usmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (<input checked="" type="checkbox"/>)



¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; el grado de licenciado solamente es válido para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno.

Anexo 5: Gráficos no paramétricos

a) Asociatividad

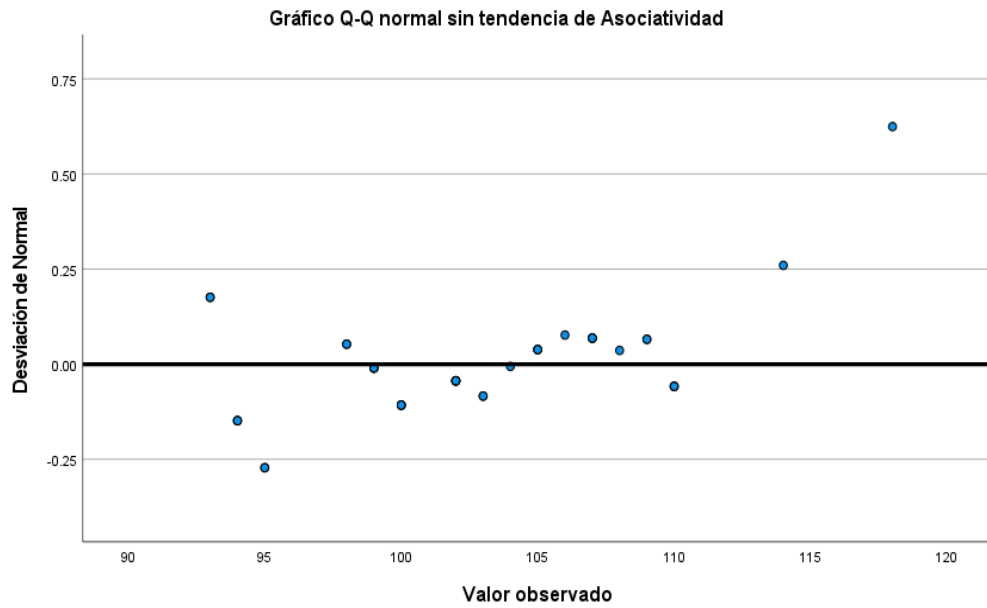


Figura 21: Gráfico Q-Q normal sin tendencias

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

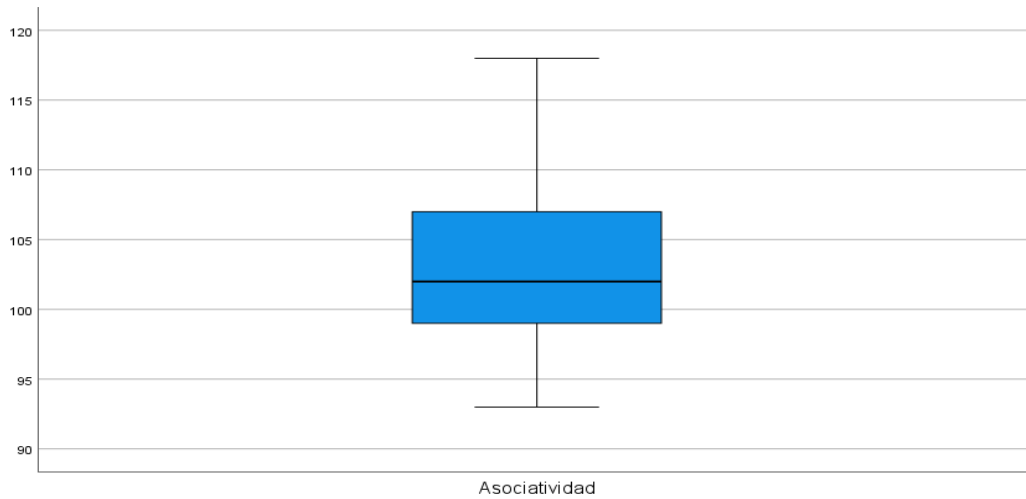


Figura 22: Gráfico de cajas o de bigotes

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

b) Productividad

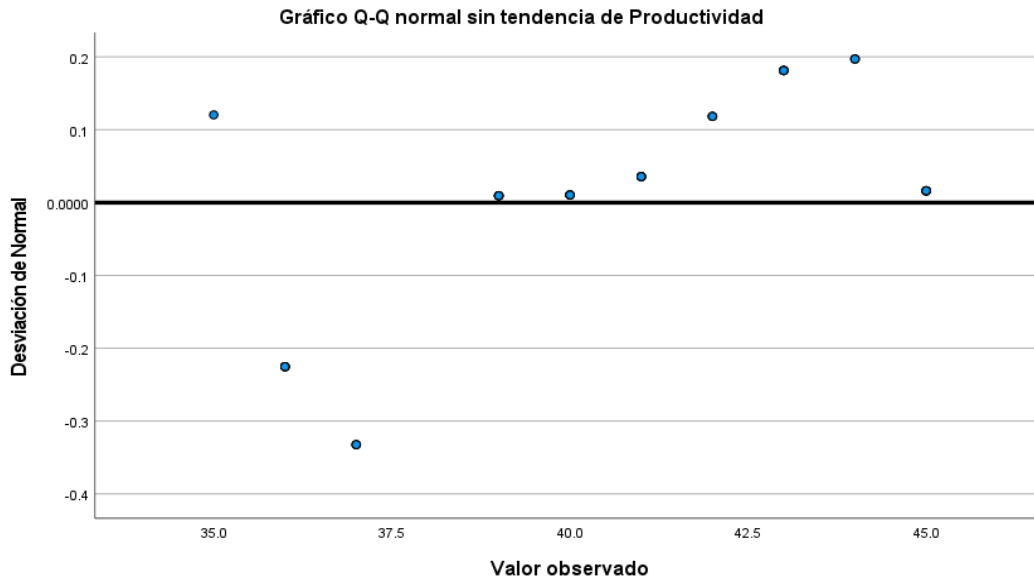


Figura 23: Gráfico Q-Q normal sin tendencias

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

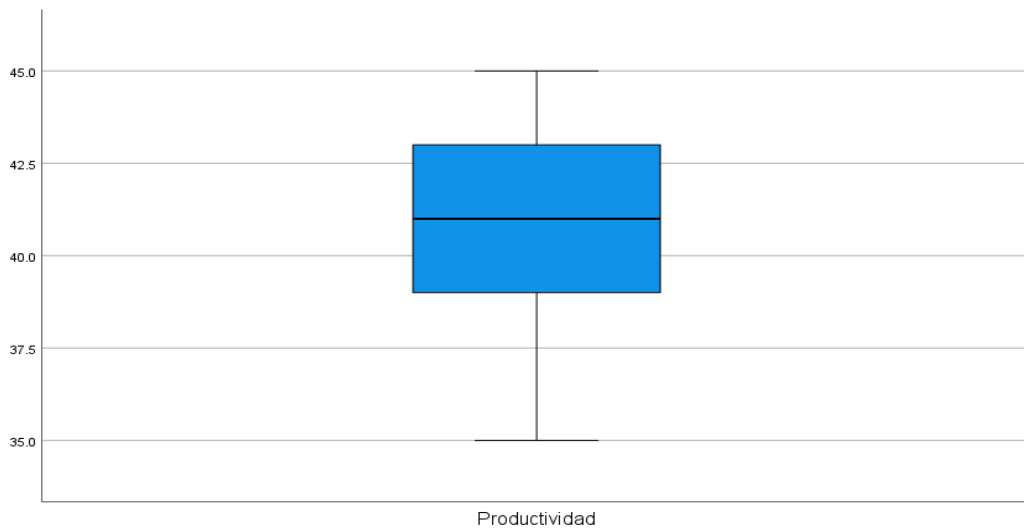


Figura 24: Gráfico de cajas o de bigotes

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

c) Competitividad

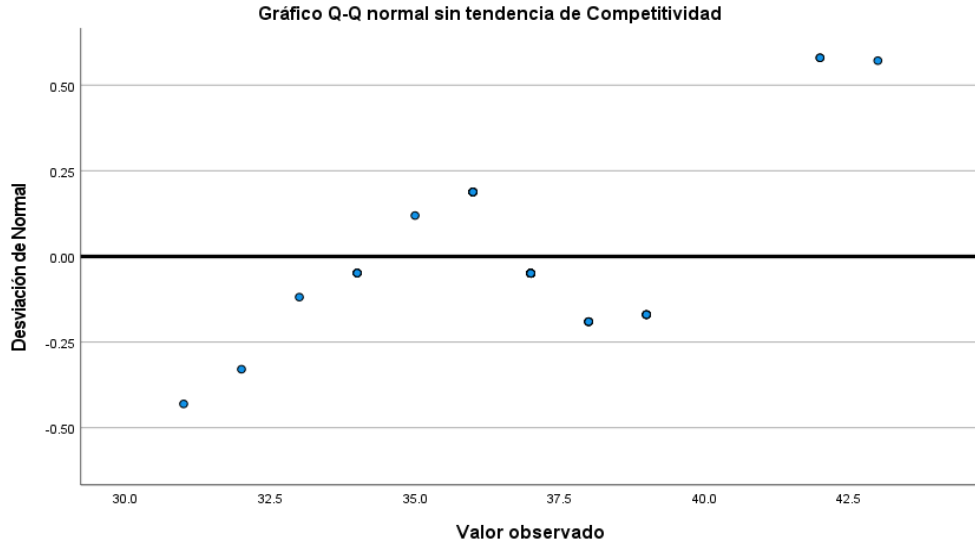


Figura 25: Gráfico Q-Q normal sin tendencias

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

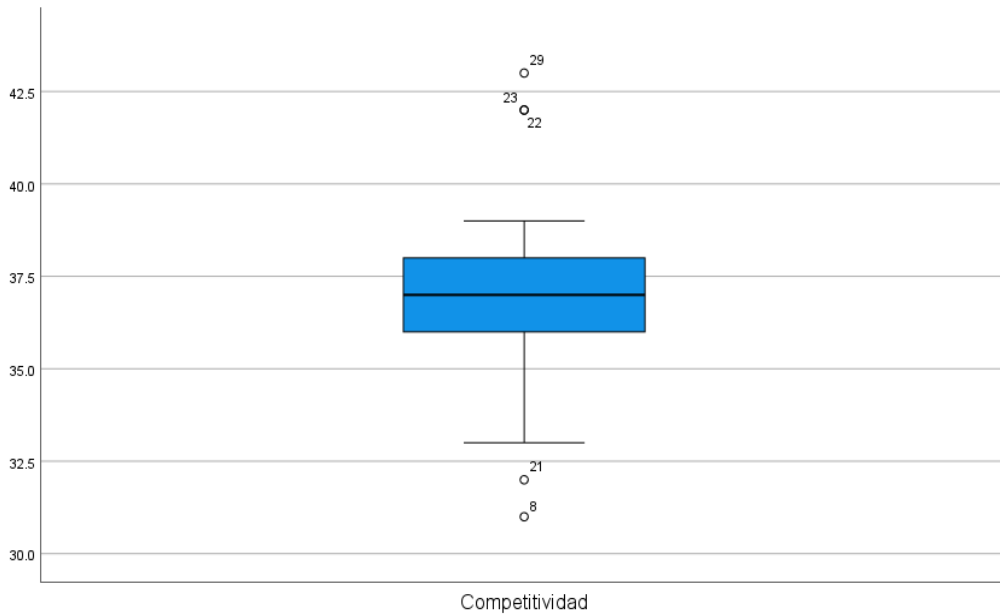


Figura 26: Gráfico de cajas o de bigotes

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

d) Financiamiento

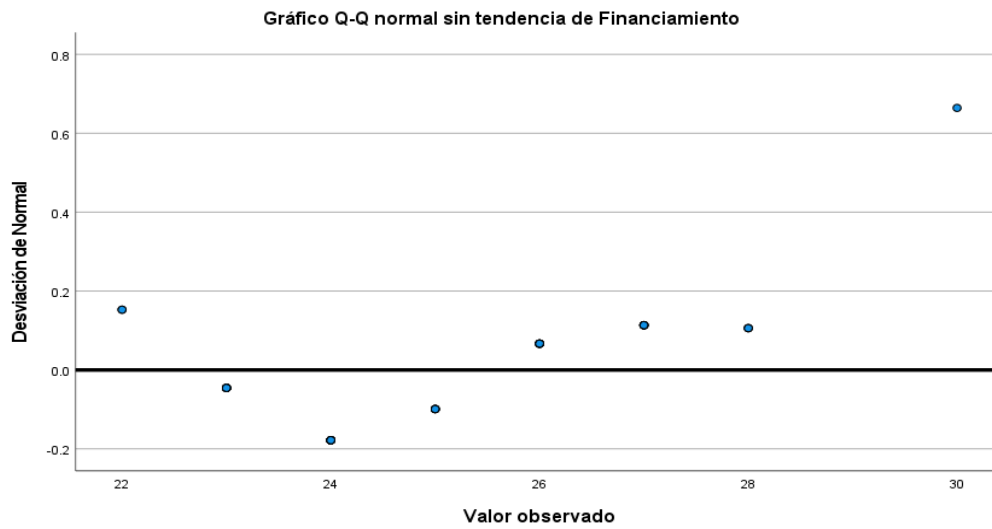


Figura 27: Gráfico Q-Q normal sin tendencias
Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

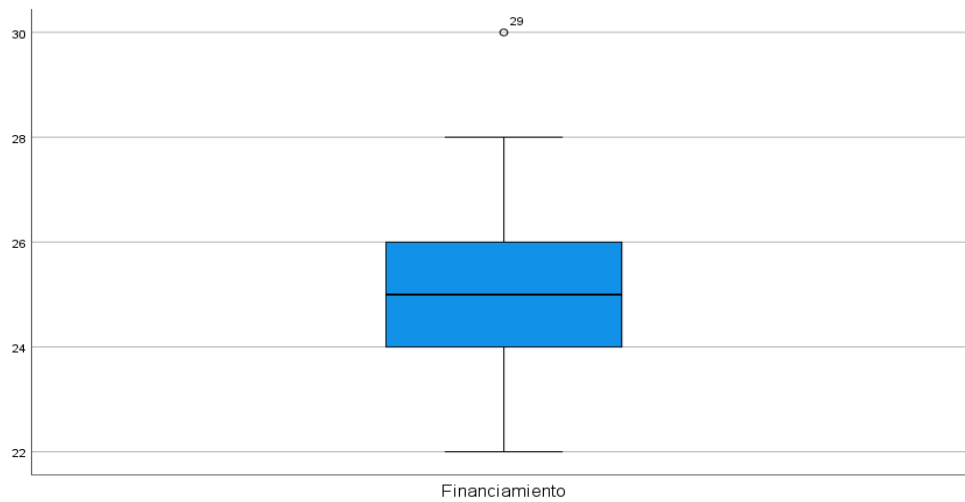


Figura 28: Gráfico de cajas o de bigotes
Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

e) Intención de internacionalización

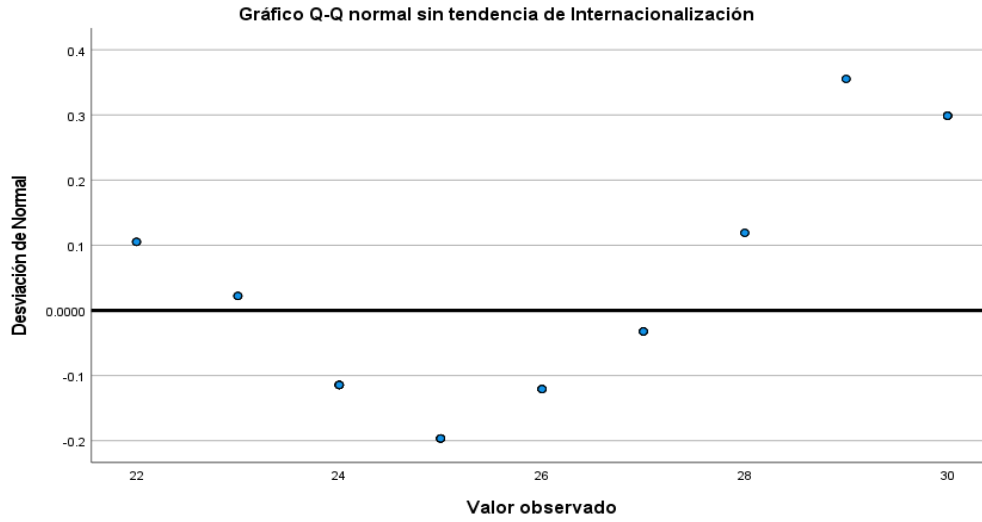


Figura 29: Gráfico Q-Q normal sin tendencias

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

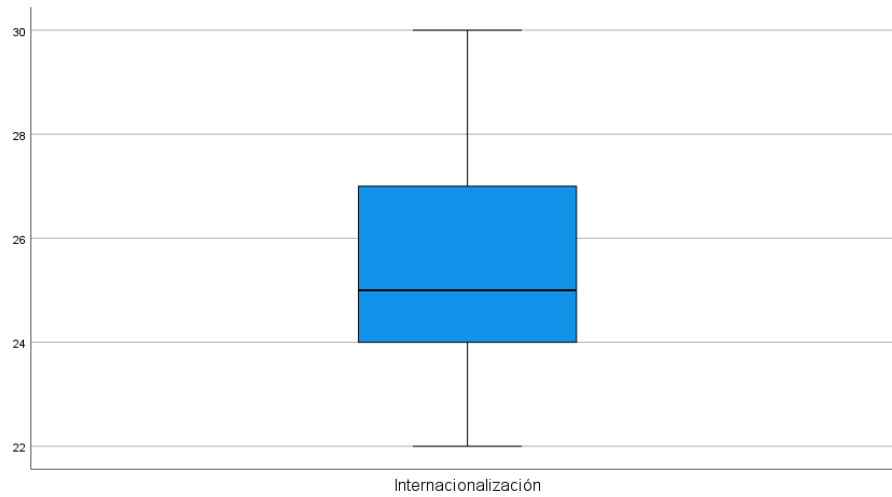


Figura 30: Gráfico de cajas o de bigotes

Nota: Gráfico obtenido a partir del análisis de la encuesta

