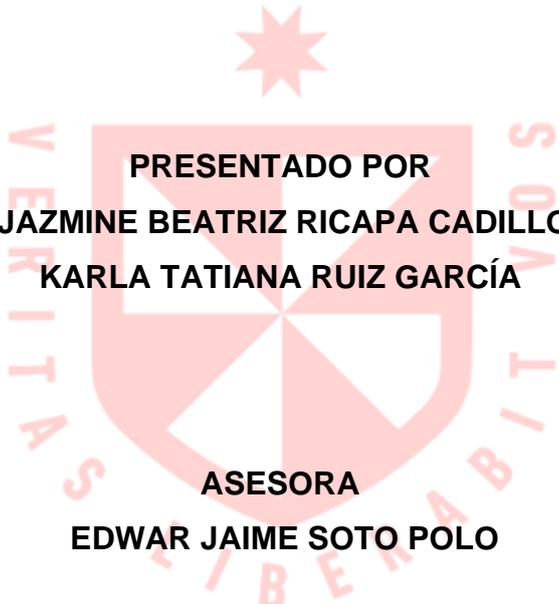




**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LA ESTRATEGIA DE ASOCIATIVIDAD Y SU  
INFLUENCIA PARA EL DESARROLLO DE UNA OFERTA  
EXPORTABLE DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE  
MAÍZ DEL VALLE RÍO HUAURA, LIMA, 2022**



**PRESENTADO POR  
JAZMINE BEATRIZ RICAPA CADILLO  
KARLA TATIANA RUIZ GARCÍA**

**ASESORA  
EDWAR JAIME SOTO POLO**

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

**LIMA – PERÚ  
2023**



**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 ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**TESIS**

**LA ESTRATEGIA DE ASOCIATIVIDAD Y SU INFLUENCIA PARA EL**

**DESARROLLO DE UNA OFERTA EXPORTABLE DE LOS**

**PEQUEÑOS PRODUCTORES DE MAÍZ DEL VALLE RÍO HUAURA,**

**LIMA, 2022**

**PARA OPTAR**

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE**

**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR**

**JAZMINE BEATRIZ RICAPA CADILLO**

**KARLA TATIANA RUIZ GARCÍA**

**ASESOR**

**MG. EDWAR JAIME SOTO POLO**

**LIMA, PERÚ**

**2023**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO .....	1
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	4
RESUMEN .....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN.....	12
Capítulo I: Marco Teórico .....	15
1.1 Antecedentes de la investigación.....	15
1.1.1 Antecedentes nacionales .....	15
1.1.2 Antecedentes Internacionales.....	19
1.2 Bases Teóricas .....	22
1.2.1 Teoría de la asociatividad.....	22
1.2.2 Teoría de la oferta exportable .....	27
1.3 Definición de términos básicos.....	30
Capítulo II: Hipótesis y Variables .....	32
2.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas .....	32
2.1.1 Hipótesis general.....	32
2.2 Variables y definición operacional .....	32
2.2.1 Definición conceptual de las variables.....	32

2.2.2. Definición operacional de las variables.....	34
Capitulo III: Metodología .....	36
3.1 Diseño metodológico .....	36
3.2 Diseño muestral .....	37
3.3 Técnicas de recolección de datos.....	38
3.4 Instrumentos de recolección de datos .....	38
3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información .....	39
3.6 Aspectos Técnicos .....	39
Capitulo IV. Resultados.....	40
4.1. Resultados de la investigación.....	40
4.1.1 Descripción de la muestra .....	40
4.1.2 Análisis Exploratorio.....	40
4.2. Análisis estadístico de la investigación .....	56
4.3. Análisis de Estadísticos Descriptivos .....	68
4.4. Análisis de la Prueba de Normalidad .....	70
4.5. Análisis de Correlación .....	71
Capitulo V. Discusión .....	74
5.1 Discusión de resultados.....	74
5.2 Contrastación de resultados y análisis de las hipótesis .....	74
CONCLUSIONES.....	88

RECOMENDACIONES.....90

REFERENCIAS .....92

ANEXOS ..... 97

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Elementos de una oferta exportable .....	28
Tabla 2: Factores de una oferta exportable competitiva .....	29
Tabla 3: Operacionalización de variables .....	35
Tabla 4: Técnica / Instrumento de recolección de datos.....	39
Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad para instrumento de investigación .....	56
Tabla 6: ¿Cree usted importante medir y analizar el nivel de producción de cosecha maíz de su localidad para conocer la rentabilidad?.....	57
Tabla 7: ¿Considera usted que la producción agrícola de maíz a pequeña escala es costosa dado los beneficios conseguidos?.....	58
Tabla 8: ¿Considera usted importante transportar la producción de maíz luego de la cosecha a un centro de acopio para su comercialización inmediata? .....	58
Tabla 9: ¿Considera usted necesario conocer los estándares de calidad exigidos por otros países de la región para la entrada de productos agrícolas?.....	59
Tabla 10: ¿De acuerdo a los pedidos de maíz, considera Ud. que este se mantiene en crecimiento? .....	59
Tabla 11: ¿Considera usted que su producto es competitivo en relación a otros agricultores de su localidad? .....	60
Tabla 12: ¿Considera usted importante la mejora continua de su producción agrícola?...	60

Tabla 13: ¿Considera necesaria el sistema de riego en la mejora del proceso de siembra y cosecha?.....	61
Tabla 14: ¿Cree usted que sería beneficioso la implementación de un sistema de riego manejado mediante la tecnología?.....	62
Tabla 15: ¿Considera Ud. que al pertenecer a una asociación ha conseguido mejores ingresos y beneficios?.....	62
Tabla 16: ¿Considera usted que se le ha brindado mejores técnicas para conseguir mayores niveles de producción de maíz?.....	63
Tabla 17: ¿Considera importante tener un control de sus ingresos y egresos?.....	63
Tabla 18: ¿Considera eficiente la gestión de gastos de su mype?.....	64
Tabla 19: ¿Considera que alcanza los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda? .....	64
Tabla 20: ¿Considera Ud. prudente tener un margen de stock de su producto frente a una escasez? (depende del tipo de maíz).....	65
Tabla 21: ¿Cree Ud. que el conocer detalladamente los costos de producción ayuda a gestionar mejor sus niveles de rentabilidad?.....	65
Tabla 22: ¿Considera Ud. que realiza un adecuado manejo de sus costos de producción? .....	66
Tabla 23: ¿Cree Ud. que la rentabilidad de su negocio será creciente en los próximos 10 años? .....	66

Tabla 24: ¿Considera Ud. que su negocio cuenta con un flujo de efectivo que le permita hacer frente a sus obligaciones o pasivos?.....	67
Tabla 25: ¿Es importante para usted que su producción se pueda comercializar en el extranjero?.....	67
Tabla 26: ¿Conoce Ud. que instituciones ofrecen capacitaciones a productores para realizar exportaciones? .....	68
Tabla 27: Estadísticos Descriptivos de la variable independiente.....	69
Tabla 28: Estadísticos Descriptivos de la variable dependiente.....	70
Tabla 29: Pruebas de Normalidad .....	70
Tabla 30: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la oferta exportable .....	71
Tabla 31: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la factibilidad de entrada al mercado extranjero .....	72
Tabla 32: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y el desarrollo y crecimiento del mercado .....	73
Tabla 33: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la capacidad de exportación .....	73

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipos de Asociatividad.....	25
Figura 2: Tipos de Asociatividad.....	26
Figura 3: Objetivos de la Asociatividad.....	26
Figura 4: Esquema de la estrategia de asociatividad de los pequeños productores de maíz .....	34
Figura 5: Esquema de desarrollo de la oferta exportable de maíz en la provincia de Huaura.....	35
Figura 6: Recopilación de Información de encuestas para el I1 – Indicadores de Gestión .....	43
Figura 7: Recopilación de Información de encuestas para el I2 – Tiempo de retraso en el proceso productivo y logístico .....	45
Figura 8: Recopilación de Información de encuestas para el I1 – Escala Competitiva ...	48
Figura 9: Recopilación de Información de encuestas para el I2 – Tecnología y sistemas utilizados .....	49
Figura 10: ¿Considera usted que al pertenecer a una asociación a conseguido mejores ingresos y beneficios?.....	51
Figura 11: Conocimiento del término asociatividad.....	52
Figura 12: ¿Considera Ud. importante tener un control de sus ingresos y egresos? .....	54
Figura 13: Considera Ud. ¿Que alcanza los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda? .....	55

Figura 14: Histograma de la Estrategia de Asociatividad en los Pequeños Productores de Maíz .....	69
Figura 15: Histograma de la Oferta Exportable .....	70

## RESUMEN

La provincia de Huaura es una de las principales zonas productoras de maíz en nuestro país, siendo este cereal uno de los más relevantes en el mundo por su volumen de producción, el papel que representa en la alimentación tanto humana como animal y por la gran diversidad de productos alimenticios e industriales derivados del cereal, siendo este una materia prima básica de la industria. Asimismo, el maíz es un cultivo representativo del Perú por su importancia económica y cultural.

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura en Lima.

Para ello, se ha empleado un cuestionario estructurado de tipo encuesta dirigido a los pequeños productores locales de maíz de la zona. Los datos recopilados están enfocados en precisar los conocimientos, posición y valoración frente a la asociatividad, señalando su importancia y los posibles logros de crearse un modelo asociativo.

De igual manera, se realizó una revisión documental de fuentes oficiales de entidades relacionadas al comercio nacional e internacional que brindaron información relevante sobre la importancia del modelo asociativo, ya que se busca la propuesta de un modelo asociativo con la finalidad de desarrollar la oferta exportable del maíz en la localidad.

Por ende, como resultado de la investigación se determinó que las asociaciones de productores de maíz serían beneficiosas ya que generan mayores oportunidades, sin embargo, no se tiene una valoración positiva de los productores por lo que, no se han creado asociaciones hasta la fecha.

Ante ello, se concluye que, la estrategia de asociatividad ejerce una influencia significativa y positiva en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz en el valle del río Huaura, ya que la asociatividad puede mejorar la calidad y productividad de los productos, facilitar el acceso a recursos financieros, generar oportunidades en los mercados internacionales, en última instancia, contribuir al desarrollo de una oferta exportable más sólida y competitiva.

### **Palabras clave:**

Asociatividad, oferta exportable, Huaura, maíz y pequeños productores.

## ABSTRACT

The province of Huaura is one of the main corn-producing areas in our country. Corn is one of the most relevant cereals in the world due to its production volume, its role in both human and animal nutrition, and the great diversity of food and industrial products derived from it, as it serves as a basic raw material for the industry. Additionally, corn is a representative crop of Peru due to its economic and cultural importance.

The main objective of this research is to determine the influence of the associativity strategy on the development of the exportable supply of small corn producers in the Huaura River Valley in Lima. To achieve this, a structured survey questionnaire was administered to local small corn producers. The collected data focus on specifying their knowledge, position, and assessment regarding associativity, highlighting its importance and potential achievements in creating an associative model.

Likewise, a documentary review was conducted using official sources from entities related to national and international trade, which provided relevant information about the importance of the associative model, as the aim is to propose an associative model to develop corn exportation in the locality.

As a result of the research, it was determined that corn producer associations would be beneficial as they create greater opportunities. However, there is not a positive evaluation of these associations by the producers, so no associations have been formed to date.

In conclusion, the associativity strategy exerts a significant and positive influence on the development of the exportable supply of small corn producers in the Huaura River Valley. Associativity can improve product quality and productivity, facilitate access to financial resources, create opportunities in international markets, and ultimately contribute to the development of a stronger and more competitive exportable supply.

**Keywords:** Associativity, exportable supply, Huaura, corn, small producers.

NOMBRE DEL TRABAJO

**63. TESIS - Ricapa & Ruiz - ASESOR EDW  
AR SOTO.docx**

RECuento DE PALABRAS

**14686 Words**

RECuento DE CARACTERES

**80641 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**89 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**5.7MB**

FECHA DE ENTREGA

**Mar 22, 2023 10:57 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Mar 22, 2023 10:58 AM GMT-5****● 13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base i

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo se viene recuperando de una de las crisis sanitarias más complicadas de los últimos tiempos, la crisis del COVID – 19, la cual ha repercutido negativamente en los diversos sectores económicos y eso llevó a todos a tener que adaptarse a diversos cambios, así mismo esta situación ha demostrado que las personas tienen una gran capacidad de adaptación y resiliencia. Debido a dicho suceso, la economía se viene reactivando progresivamente y es por ello que los diferentes países del mundo buscan incrementar su potencial exportador abriendo sus puertas a los mercados internacionales. Sin embargo, en los países de la región con los que compartimos similitudes, como Ecuador y Colombia podemos observar que no existen muchas oportunidades de desarrollo para las pyme o pequeños productores en este caso agrícolas, los cuales no cuentan con la tecnología idónea o capacitaciones por parte del estado para que sus productos sean comercializados en el exterior.

Asimismo, en nuestro país se puede observar un panorama similar, es por ello que la presente investigación se sitúa en una pequeña hacienda llamada Caldera, la cual es una de las haciendas que conforman el valle del Río Huaura en la región norte de Lima, en esta localidad se sitúan aproximadamente 40 familias que viven de la agricultura, específicamente, del cultivo del maíz amarillo, en su mayoría producen y cultivan para el autoconsumo y otras veces para venderlos en las bodegas o en los mercados de la ciudad de Huacho, son muy pocos los agricultores que cuentan con apoyo financiero por lo cual no se permiten un crecimiento idóneo para la mejora de la calidad de vida de sus familias.

En ese sentido, el trabajo de tesis tiene como objetivo determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle Huaura. Asimismo, se considera como hipótesis principal, el saber si existe una

influencia significativa entre la estrategia de asociatividad y el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle Huaura, Lima, 2022. Es por ello que la importancia de la investigación radica, en el cómo servirá para identificar las necesidades que tienen los productores agrícolas de maíz y las estrategias para que mejoren su capacidad productiva, accedan a tecnología que les permita crecer como empresa y de esta forma mejorar la calidad de vida que ellos tienen actualmente, pues tienen una enorme disposición de trabajo y requieren de apoyo para incrementar su potencial productivo accediendo a la oportunidad de exportación. Generando también beneficios directamente a los pequeños productores de maíz en la localidad antes mencionada y a sus familias, ya que ellos no cuentan con colaboradores, toda la fuerza de trabajo está incluida en el núcleo familiar.

El estudio se realizará contando los accesos a las diferentes necesidades que este incurra, como lo es técnica, ya que se cuentan con fuentes a las que recurrir fácilmente, social, además, existe una buena disposición de los encuestados para el desarrollo de los cuestionarios, por último, la económica, pues la presente investigación no requirió de mucho presupuesto para su desarrollo, sabiéndose que se efectuó en una ciudad cerca a Lima. El trabajo de tesis tiene un diseño metodológico, donde el enfoque es cuantitativo, asimismo, de tipo aplicada, ya que se pretende brindar una solución a una problemática, siendo este la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle Huaura, así mismo para la investigación se usó un diseño no experimental y se tuvo como población de 15 agricultores del Valle río de Huaura.

En la investigación no se contó con grandes limitaciones, sin embargo, hubo una a la que no pudimos ser ajenos, siendo esta la falta de acceso a fuentes físicas, de igual forma se considera como limitación a las contingencias que se puedan suscitar al momento de realizar el viaje para

llevar a cabo la encuesta a los productores agrícolas debido al COVID – 19. Sabiendo eso, para demostrar el recorrido de la investigación tiene cinco capítulos, en el primero de ellos trata sobre el marco teórico, donde se conoce la situación en la que se encuentra el sector de exportación, asimismo, sobre las teorías que se relacionan con el tema a tratar. El segundo capítulo trata sobre las hipótesis y las variables, donde se explican las variables y su operacionalización, también las hipótesis que como investigadores pretendemos comprobar. El tercer capítulo trata sobre la metodología de la investigación, donde se explica el enfoque, el tipo de investigación, el diseño como también la unidad de investigación o población elegida, también la muestra, el cuarto capítulo trata sobre los resultados y el último capítulo presenta la discusión de los mismos.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la investigación**

Después de una previa recolección de datos nacionales e internacionales se logró identificar a la asociatividad como una posible alternativa de solución para los pequeños productores agrícolas con reducidos niveles de rentabilidad y para la optimización y mejora en la calidad de los frutos que cultivan. Diferentes investigaciones las que se tomaron en cuenta para el desarrollo de los antecedentes de la investigación y que conllevan a generar grandes aportes para la misma.

#### **1.1.1 Antecedentes nacionales**

Los antecedentes propios de la nación, son de suma importancia para la investigación ya que muestran similares investigaciones en otros sectores, por ende, se buscó tesis donde se mencione o se trabaje una de nuestras variables, para de esta manera tener un mejor alcance de información y mejores resultados, por ello contamos con las siguientes tesis:

(Mucha Caycho, 2017) en su investigación para la obtención del título profesional como Administrador de Negocios Internacionales de la Universidad de San Martín de Porres, titulada “Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur”. La autora tuvo como objetivo principal determinar la importancia de la asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de la quinua de la región de Junín para el acceso a potenciales mercados, tal es el caso de Corea del Sur. Para ello utilizó un diseño metodológico de enfoque mixto, así mismo contó con una población de 10 productores de quinua. La investigación llegó a la conclusión de que: “Con la asociatividad, se ha mejorado la calidad, productividad de la quinua, y accedido a facilidades financieras, sin embargo, hay aspectos por mejorar, tales como la gestión de las asociaciones, fiscalización y conocimientos de mercados

internacionales.” Dicho esto, podemos añadir que, la asociatividad es una estrategia importante para promover la oferta exportable de los productores agrícolas que no tienen la oportunidad de acceder a capacitaciones o herramientas tecnológicas que les permita generar más rentabilidad en su producción. Esta investigación es importante para la presente tesis porque la muestra seleccionada es similar a la escogida en la presente tesis y ello generó el poder tener una visión más amplia en cuanto a lo que se desea investigar.

(Vásquez Aguirre, 2019) en su investigación para la obtención del título profesional como licenciado en Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, titulada “Modelo de Asociatividad de pequeños productores de mango del distrito de Motupe, Región Lambayeque, para mejorar su oferta exportable con valor agregado” tuvo como objetivo el promover un modelo de asociatividad de pequeños productores agrícolas de mango en la región Lambayeque, para así generar valor agregado en su producción y con esto, potenciar su oferta exportable. La investigadora utilizó una metodología descriptiva no experimental y tuvo como muestra a 50 productores de mango del distrito de Motupe a los cuales se les aplicó una encuesta como técnica de recolección de información. Los resultados de su investigación muestran que los productores de mango del norte de nuestro país tienen disposición de conformar un modelo de asociatividad para la optimización de su producción. Dicho esto, podemos añadir que, esta investigación es importante porque se manejó la misma variable y aporta mayor enriquecimiento a la presente investigación.

(Torres Mendoza, 2011) en su investigación para la Revista de Ciencias Empresariales de la Universidad de San Martín de Porres, titulada, “Asociatividad como estrategia para desarrollar

las exportaciones de pisco del valle de Cañete”, tiene como objetivo, el determinar las estrategias asociativas más convenientes para el desarrollo de las exportaciones de pisco del valle de Cañete. Por ello el diseño metodológico fue cualitativa no experimental. En el trabajo de campo utilizó una muestra de 15 productores de pisco, como herramienta utilizó un cuestionario de tipo encuesta, la conclusión a la que llegó con su investigación fue que la estrategia más conveniente para los pequeños productores de pisco es la de integración horizontal, esta estrategia implica agrupar a los productores en fundos, los cuales reducirá la competencia y reducirá los costos de producción generando una mayor rentabilidad. Dicho esto, podemos añadir que, esta investigación es importante porque se utilizó la misma variable y aporta información de los temas oferta exportable y asociatividad.

(Hurtado Luna, 2019) en su investigación para la obtención del título profesional de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de San Martín de Porres, titulada “Asociatividad de los productores de mango influye en el desarrollo de la oferta exportable del Valle de Chulucanas de la Región Piura”, la cual tuvo como objetivo o identificar si la Asociatividad de los productores de mango influye en el desarrollo de la oferta exportable del Valle de Chulucanas de la Región Piura. Por ello, el autor utilizó un diseño metodológico de enfoque cualitativo de tipo aplicada y de diseño no experimental, ya que no se iba alterar ninguna variable y trabajó con una población de 25 trabajadores buscando así la identificación de la asociatividad en los productores de mango si esta llega a influir en el desarrollo de la oferta exportable. Con su investigación llegó a la conclusión de que: La asociatividad ayuda a los productores no solo económicamente siendo los factores principales el estilo y calidad de vida; si no también en el aspecto social porque con este tipo de asociaciones se genera la facilidad de salir

al mercado internacional y con mejores oportunidades. Asimismo, se menciona que el desarrollo tecnológico y una correcta logística influye, positivamente, en el producto y este sea competitivo en el mercado. Dicho esto, podemos añadir que, esta investigación es importante para la presente tesis porque el tema tratado es similar al escogido para investigar y abarca puntos importantes de nuestro país como comerciante en el exterior y sus dificultades.

(Allende Rodríguez, 2019) en su tesis para la obtención del título profesional como Administrador de Negocios Internacionales de la Universidad de San Martín de Porres, titulada “La Asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la Cooperativa Boza del distrito de Aucallama en Huaral.” Tuvo como objetivo identificar qué factores influyen en un modelo de asociatividad para el desarrollo de una oferta exportable. Para ello el autor utilizó un diseño metodológico cuantitativo de tipo descriptivo, ya que la investigación requería observar y describir detalladamente toda actividad que estuviera en problemas de los productores. Asimismo, tuvo como población a todos los agricultores que producen lechuga y habitan en Aucallama, utilizó una muestra de 13 productores para el estudio.

El autor concluye que para los pequeños negocios los factores con mayor influencia en el desarrollo de un modelo como este de asociatividad son el nivel de capacidad de producción y de organización y que otro factor importante es el Estado y la necesidad que tienen los productores de la Cooperativa Boza de ser reforzados en dichas capacidades por el mismo, ya que ellos no cuentan con los medios para hacerlo, porque existe mucho trabajo pequeño e independiente, y se considera que si hubiera mayor conocimiento sobre la asociatividad y cómo ejecutarlo entre todos los pequeños empresarios podrían tener mayores posibilidades de crecimiento. Dicho esto,

podemos añadir que, la estrategia de asociatividad es muy importante para desarrollar el potencial exportador de los pequeños productores.

### **1.1.2 Antecedentes Internacionales**

Para el trabajo de tesis contar con fuentes de información de países del extranjero, que tengan similitudes en el sector que estamos investigando, ya sea con la misma problemática o como ellos desarrollaron su modelo de trabajo es de mucha ayuda, ya que brinda datos para fortalecer nuestras variables de investigación, asimismo, para lograr un mejor análisis y resultado con ejemplos reales y en muchas ocasiones ya desarrollados, por ello contamos con las siguientes tesis:

(Lozano Monroy, 2010) en su investigación para la Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad, titulada “La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia”, tuvo como objetivos el mostrar las deficiencias que tienen, actualmente, las pyme al momento de exportar, asimismo, el proponer como alternativa de solución la implementación de un modelo de asociatividad. Para ello el autor utilizó un diseño metodológico cualitativo experimental, porque no se alteraron las variables y de tipo descriptiva, ya que describió el problema principal. Para el estudio se contó como población a la micro, pequeña y mediana empresa del país. A manera de conclusión, el autor explica lo importante que es el uso de la estrategia de asociatividad, sin embargo, recalca que no es lo único que se deba trabajar, que existe otros factores inminentes en este proceso, siendo uno de ellos el afianzar las relaciones entre las instituciones reguladoras y de promoción, públicas y privadas, ya que con estos fortalecería el apoyo que se brinda a la pequeña y mediana empresa, como también el generar por parte del Estado mayores subscripciones en TLC, promoviendo y facilitando el proceso de comercialización al exterior. La investigación es enriquecedora, pues el autor menciona

algunos de los puntos a mejorar para fortalecer e impulsar el comercio exterior en el país vecino de Colombia, porque, al ser tan cercano a nosotros, podemos utilizar su experiencia o propuestas como vías para nuestra propia mejora, como sería el caso de nuestras pequeñas y medianas empresas.

(Espinel Camejo, 2016) con su investigación para la obtención del grado de magister en Finanzas y Proyectos Corporativos de la Universidad de Guayaquil, titulado, “Modelo de asociatividad para los productores apícolas de la comuna Loma Alta, provincia de Santa Elena” tuvo como objetivo el crear un nuevo modelo de asociatividad con el propósito de implementar estrategias para el potencial exportador de los apicultores de miel de abeja en la comuna Loma Alta, Ecuador, donde la autora utilizó un diseño metodológico cuantitativo, de tipo aplicada, siendo así, la población los 80,260 habitantes de la comuna de Santa Elena y la muestra fueron 381 de los habitantes. De esta manera la autora tuvo como resultado que la estrategia de asociatividad es una importante alternativa para los apicultores de la región que deseen internacionalizarse, mejorando sus niveles de competitividad frente a otros productores o empresas. El trabajo de tesis realizado, abarco de una manera diferente el modelo de asociatividad, siendo así relevante para el enriquecimiento de la investigación que se está realizando, ya que no solo busco alternativas de asociatividad, si no que realizo la propuesta comercial para todo el poblado de Santa Elena y como de esa manera podrían hacer que el consumo pase de ser local, a generar consumo aledaño y de fuera de la región y país.

(Carvache Montero, 2016) en su tesis de postgrado para la obtención del grado de Ingeniera en Comercio Exterior de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, titulada “Análisis de los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del cantón

Atacames”, tuvo como objetivo analizar los modelos de asociatividad para la exportación de la producción artesanal del cantón Atacames en el país del Ecuador. La autora realizó una investigación de tipo descriptivo, teniendo, así como población a tres personas identificadas como especialistas del sector artesanal y modelos asociativos de Ecuador. Con lo cual concluyó que: “Los modelos internacionales de asociatividad representan una importante estrategia para internacionalizar una producción, por lo que su aplicabilidad por parte de los artesanos implica un paso significativo para su desarrollo. (...) Es importante que los artesanos del cantón Atacames opten por un consorcio de exportación como asociatividad para aprovechar sus fortalezas individuales y ser acreedores de muchos beneficios, siendo los más importantes, su crecimiento y conocimiento de las artesanías nacionales en el exterior.” Esta investigación da a conocer que la asociatividad es una de las mejores estrategias para la internacionalización de los productores de cualquier tipo, ya que con ella se reducen los costos y riesgos y aumenta la capacidad productiva de los interesados.

(Ibañez, Cabrera, & Al., 2015) en su investigación para la Revista Mexicana de Agronegocios, titulada “Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México.” Los autores en su investigación tuvieron como objetivo idear un modelo para la agroindustria alimentaria el cual permita potenciar el comercio internacional en Oaxaca. Para esto utilizaron un análisis descriptivo documental que permitió caracterizar los elementos que condicionan la asociatividad en las pyme, ya que se pretendió reseñar los rasgos de la asociatividad que incidieron en la competitividad. Teniendo, así como población a las micro, pequeñas y medianas empresas del sector agroindustrial alimentario del país. Los investigadores por ello, llegaron a la conclusión de que el modelo propuesto contribuye a hacer más competitiva a la

agroindustria en la ciudad de Oaxaca, una de las ventajas de dicho modelo es que une a los diferentes tipos de producción con la división de manufactura, logrando así mayor valor comercial, al no presentar el producto base, si no el ya listo para el consumidor final, haciendo de esta manera una oferta más atractiva y eficiente para el mercado extranjero. La investigación de los autores mexicanos, nos muestra la ventaja competitiva que genera la asociatividad para las pyme, lo cual es de mucha utilidad, ya que en el Perú tenemos la misma deficiencia de producir solo los productos base y no los listos para el consumidor final, lo que resta valor comercial ante el mercado extranjero, por ello es importante el punto de vista y la manera en cómo se plantea desarrollar la asociatividad en el país mexicano, de esta manera se puede mejorar el potencial comercial.

## **1.2 Bases Teóricas**

Las bases teóricas para el trabajo de tesis representan, como su mismo nombre lo dice una base o cimiento para poder sustentar el tema de investigación, asimismo, para saber dónde proviene, es de mucha utilidad el contar con bases teóricas que estén relacionadas con las variables del trabajo, por ello se mencionan las siguientes:

### **1.2.1 Teoría de la asociatividad**

#### **1.2.1.1 Definición**

En la presente tesis se consideró los conceptos más relevantes sobre asociatividad, ya que existen muchos, los cuales se presentan en las siguientes líneas:

(Ministerio de Agricultura, 2017), señala a la asociatividad como estrategia que busca generar ventaja competitiva en el mercado para incrementar las oportunidades de desarrollo y condiciones de vida de los interesados.

Asimismo, (León, s.f) señala que “la asociatividad empresarial, surge como mecanismo de cooperación entre las micro, pequeñas y medianas empresas que están enfrentando un proceso de

globalización. En este mecanismo de cooperación, cada empresa decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto en búsqueda de un objetivo común. Mediante estos esquemas asociativos las empresas pueden obtener ventajas competitivas que no podrían lograrse de manera individual”.

De la misma manera (Chávez Tapia, 2008), señala que “la asociatividad es una estrategia para enfrentar los mercados globalizados y la creciente y fuerte competencia de otras empresas (nacionales y/o extranjeras)”.

En las diferentes fuentes consultadas se identifica que la asociatividad es la mejor solución para los pequeños productores de cualquier sector, ya que se considera un objetivo común para todos los involucrados.

Por ello (Rosales R. , 1997) afirma que la asociatividad “es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para un objetivo común”.

El autor señala que con la asociatividad todas las empresas en conjunto tienen un mismo objetivo, por el cual se integran y muchas veces dejan de competir para generar fuertes alianzas que permitan su expansión.

Por su parte, el (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2013) señala que “la asociatividad constituye para las mype una de las herramientas más importantes de gestión estratégica, el desarrollo de proyectos asociativos hace posible que se generen nuevas ventajas competitivas en beneficio de las empresas”. Además, precisan que “para ello, se requiere que las empresas desarrollen relaciones de confianza suficientemente sólidas y aprendan a trabajar en conjunto, modificando sus rutinas y asimilando habilidades y conocimientos acerca de cómo llevar a cabo proyectos productivos de tipo colectivo”.

La entidad autora de la investigación afirma que si las pequeñas empresas crean una asociación aprenden a trabajar en equipo, comparten su conocimiento y se vuelven más eficientes.

### **1.2.1.2 Características de la asociatividad**

(PROMPERU, 2014) o La Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo, en su Guía12: Asociatividad – Comercio Exterior, señala que las características de la asociatividad son:

- “Requiere de un cierto grado de organización
- Tiene cierto grado de permanencia. Esto supone una visión de largo plazo de la relación conjunta, que trascienda los problemas coyunturales que puedan dar origen a la estrategia asociativa y se mantenga en el tiempo.
- Supone una decisión voluntaria al momento de asociarse.
- Se orienta al logro de objetivos comunes fijados por los asociados.”

### **1.2.1.3 Ventajas de la asociatividad**

(Rosales R. , 2013) sostiene que, la estrategia de asociatividad toma mucha importancia para potenciar la oferta exportable de los pequeños productores agrícolas, las cuales son:

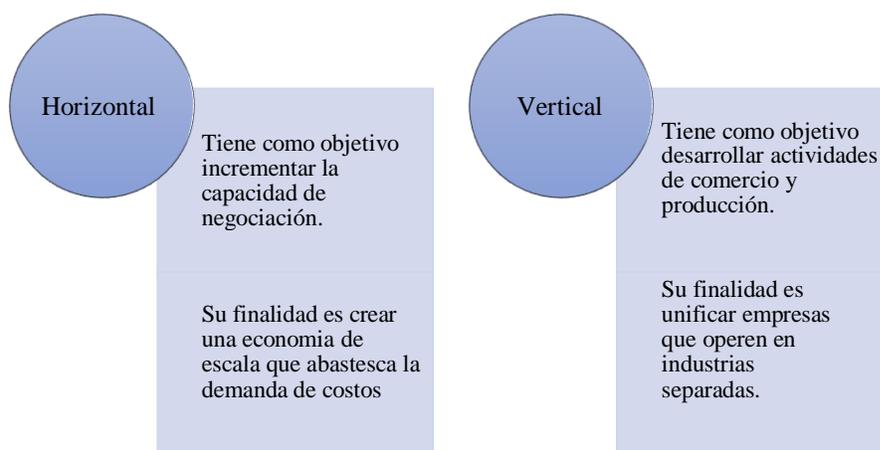
- Incrementa el poder de negociación de los agricultores.
- Permite acceder a nuevos mercados y a incrementar su demanda.
- Reduce los costos de producción de los agricultores.
- Genera crecimiento en cuanto a la productividad.
- Permite el desarrollo de nuevos productos.

- Incrementa el potencial exportador de los interesados, para este caso el de los pequeños agricultores de maíz.

#### 1.2.1.4 Tipos de asociatividad

El (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018) señala que: “la asociatividad se compone en base a acuerdos y consensos entre todas las partes interesadas”. Se identifican dos modalidades:

*Figura 1: Tipos de Asociatividad*

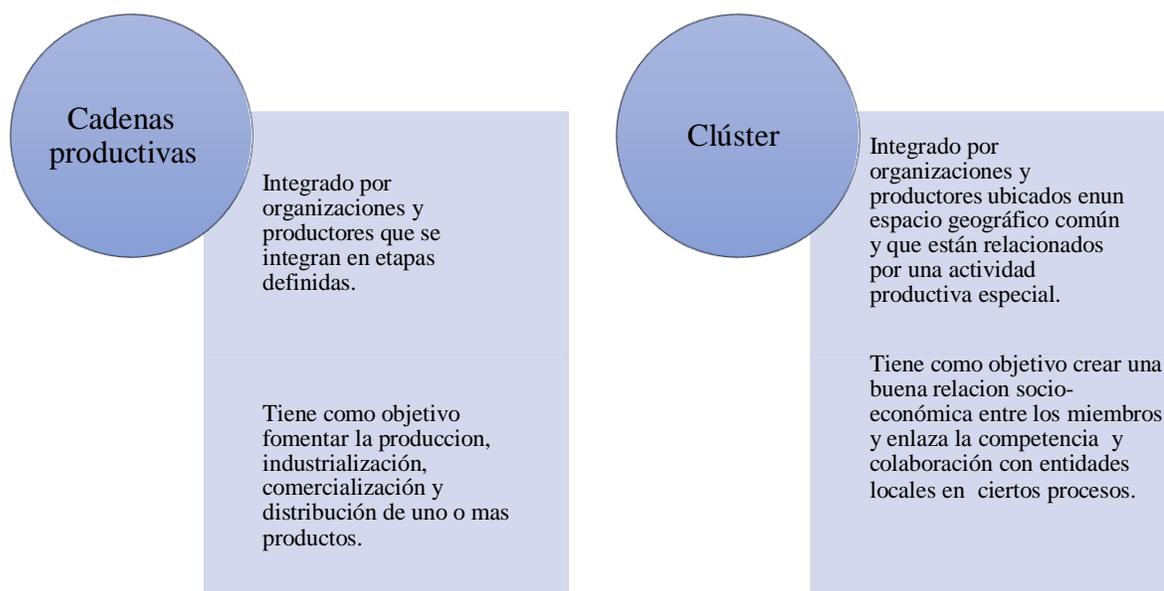


Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018)

Elaboración: propia

Asimismo, (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018) señala que: “El congreso de la república del Perú, en el 2012 mediante un proyecto de ley con la finalidad de promover la asociatividad agraria, reconoció dos tipos de asociatividad.”

Figura 2: Tipos de Asociatividad



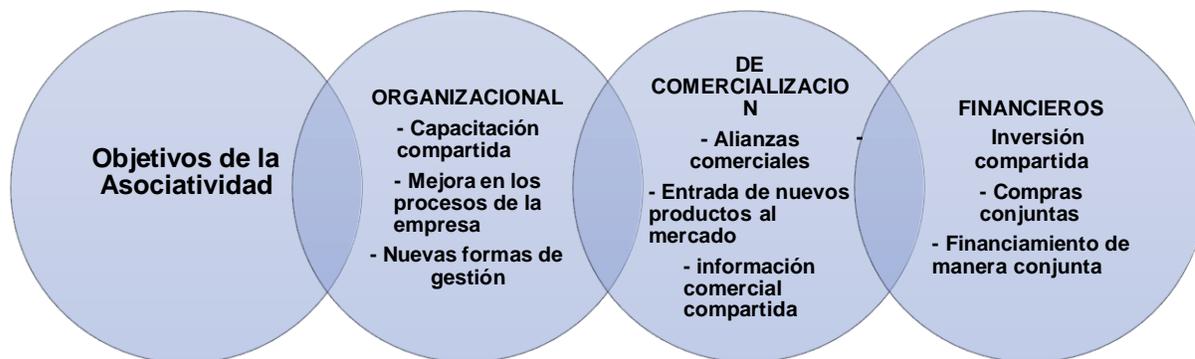
Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018)

Elaboración Propia

### 1.2.1.5 Objetivos de la asociatividad

(PROMPERU, 2014) sostiene que: “los objetivos de la asociatividad se dividen en tres aspectos.” Los cuales son:

Figura 3: Objetivos de la Asociatividad



Fuente: (PROMPERU, 2014) .Elaboración propia.

## **1.2.2 Teoría de la oferta exportable**

### **1.2.2.1 Definiciones**

En la presente tesis se consideró los conceptos más relevantes sobre oferta exportable, ya que existen muchos, los cuales se presentan en las siguientes líneas:

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014) señala que la oferta exportable es la relación de la capacidad financiera, económica y de gestión en una organización. Asimismo, la oferta exportable tiene que cumplir con los requerimientos solicitados del mercado internacional, además de cubrir la demanda del mismo.

Por su parte, (Fischer de la Vega & Espejo Callado, 2002) en su libro "Casos de Marketing", aseveran que “la oferta exportable se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”. (p. 83)

Los autores sostienen que una adecuada oferta exportable es la que satisface la demanda de los compradores a nivel internacional y se condiciona a los precios existentes en el mercado.

De la misma manera el (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014) afirma que “la oferta exportable se refiere a los productos en condiciones de ser exportados (y que además cuentan con potenciales mercados externos) de una empresa, además el conjunto de capacidades, está implícita la posibilidad de ser competitivos en los mercados internacionales”.

La entidad autora del artículo de investigación identifica la oferta exportable como los productos, potencialmente, comercializados en el extranjero, ya sea mediante materia prima o producto procesado y/o con valor agregado.

### 1.2.2.2 Elementos de una oferta exportable

Según (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014) el desarrollo de una organización que ofrece una oferta exportable implicaría 4 capacidades básicas:

Tabla 1: *Elementos de una oferta exportable*

Capacidad Física	Capacidad Económica
Se considera a dicho concepto a la capacidad instalada de la empresa que abarca, los insumos, tecnología y disponibilidad del producto para así cumplir con la demanda y minimizar riesgos por incumplimiento, su objetivo principal es atender las exigencias del cliente.	El contar con solvencia en el proceso y el costo de exportación, asimismo, el destinar recursos propios para el desarrollo de las actividades y de esta manera cumplir con las condiciones del entorno competitivo.
Capacidad Financiera	Capacidad de Gestión
La capacidad de poder afrontar financieramente o solventar las actividades del proceso de exportación mediante, asimismo, contando con una buena administración.	Es la capacidad de la empresa que un producto se ubique en el mercado de una manera competitiva, logrando así con los objetivos establecidos, de la mano de un grupo humano altamente capacitado.

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014). Elaboración propia.

### 1.2.2.3 Propósitos de la oferta exportable

(Labraga, Scheker, & Isa Contreras, 2017) señalan que el propósito de la oferta exportable es “brindar productos con significado valor agregado, calidad y volúmenes de producción que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales”. Además, los autores señalan que las pyme y empresas, en general, deben aprovechar la inserción a los mercados internacionales, ya que, además, de los beneficios para las empresas que son la rentabilidad y reducción de costos, también generan la expansión de la empresa y con esto la apertura de más puestos de empleo, mejorando la calidad de vida de las personas.

### 1.2.2.4 Oferta exportable competitiva

(Mendez, 2013) Algunos productos provenientes de la costa, sierra o selva tienen un valor intrínseco, pero este se reduce al no disponer de las condiciones favorables para su transporte, transformación o promoción; una oferta exportable competitiva implica:

Tabla 2: *Factores de una oferta exportable competitiva*

Precio competitivo	Estándares de calidad
Capacidad de poder cotizar el producto peruano de una manera competitiva, esta implica contar con información del mercado y el manejo eficiente de costos, tales como el de financiamiento, alternativas de suministro, incentivos, etc.	En la actualidad, las principales barreras de ingreso al mercado se relacionan al cumplimiento de los requisitos o estándares 54 establecidos por el mercado internacional, desde el producto, proceso y la presentación final.
Oportunidad de entrega	Desafíos priorizados
Uno de los factores que garantiza la calidad, es la entrega del producto en las condiciones requeridas y en el tiempo exacto que el cliente lo necesite. Esto será resultado de una logística eficiente, una infraestructura descentralizada y procesos bien definidos y estructurados	Las actividades a priorizar conforman una agenda muy amplia, para ello se sugieren 3 aspectos fundamentales: Infraestructura, planificación (articulación institucional) y gestión del talento humano.

Fuente: (Mendez, 2013) .Elaboración Propia.

### Micro y pequeño productor agrario

(Ministerio de Agricultura, 2015) indica que se definen como personas naturales que ejercen la actividad de la agricultura, ganadería o minería, realizando las actividades de procesamiento y cuidado de los frutos que cosechan o extraen.

### **Características del productor agrario**

(Ministerio de Agricultura, 2015) señala que las principales características de un productor agrario son las siguientes:

- Tiene limitado acceso a los recursos naturales como la tierra y el agua.
- Carece de acceso a financiación.
- Su producción está orientada al consumo local.
- No tienen empleados, en su mayoría se concentran en el núcleo familiar.

### **1.3 Definición de términos básicos**

- **Asociatividad:** La asociatividad es una respuesta de los pequeños y medianos productores a la internacionalización de las economías y una posibilidad para nuestros países de articular un sistema de producción y exportación basado en redes de pequeñas empresas que emplean mano de obra en forma intensiva y generan empleo. (Santos Pavis, 1997)
- **Agroindustria:** Es un conjunto de actividades de manufactura dedicadas a la elaboración y transformación de materias primas y productos intermedios procedentes del sector agrícola; donde encontramos las actividades de agricultura, actividad forestal y pesca. (Zarco Palacios, s.f)
- **Globalización:** la globalización es un proceso complejo de múltiples interrelaciones, dependencias e interdependencias entre unidades geográficas, políticas, económicas y culturales; es decir, continentes, países, regiones, ciudades, localidades, comunidades y personas. (Giddens, 2000)
- **Modelo de gestión:** Modelo de gestión es la forma como se organizan y combinan los recursos con el propósito de cumplir las políticas, objetivos y regulaciones. Un modelo de

gestión depende de la definición que se dé a las prioridades del sistema. (Medwave, 2012)

- **Oferta exportable:** Es la capacidad que tiene una empresa para abrirse camino en el mercado internacional, de la mano de tecnología, contar con una buena capacidad financiera económica, que permitan así gestionar el ingreso de los productos, con una eficiente y eficaz constancia en el mercado. (Ministerio de Agricultura, 2015)
- **Productividad:** Desde el punto de vista económico se define como la proporción existente entre los resultados obtenidos (productos o servicios) y los recursos aplicados a su obtención. ( (Toro Álvarez, 1992)

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas**

Para el trabajo de investigación las hipótesis son una parte de fundamental, son el inicio del estudio o la razón del porqué se realiza la investigación, para poder así, confirmar la misma, negarla y/o discutirla con otro estudio que haya abarcado similares temas al del estudio.

#### **2.1.1 Hipótesis general:**

La estrategia de asociatividad influye en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022

#### **2.1.2 Hipótesis específica:**

- La estrategia de asociatividad influye en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022.
- La estrategia de asociatividad influye en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022.
- La estrategia de asociatividad influye en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022

### **2.2 Variables y definición operacional**

En la presente investigación se desarrollan las variables, las dimensiones de cada una de ellas y los indicadores que fueron seleccionados de diferentes autores.

#### **2.2.1 Definición conceptual de las variables**

a) Variable independiente (V1)

(V1) Estrategia de asociatividad

- D1 Factibilidad de entrada al mercado extranjero
  - D1I1 Indicadores de gestión: Determina la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso.
  - D1I2 Tiempo de retraso en el proceso productivo: Es aquel tiempo pedido en el cual el producto en proceso, tiende a tener una demora para su correcta producción y distribución.
  - D1I3 Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años: Documentación necesaria para identificar el crecimiento del producto en el mercado extranjero.
- D2 Desarrollo y crecimiento del mercado
  - D2I1 Escala de ventaja competitiva: Factores que permiten a las empresas producir bienes y/o servicios mejores o más económicos que sus rivales.
  - D2I2 Tecnología y sistemas utilizados: Herramientas intangibles brindadas por la modernidad que ayudan al proceso de desarrollo y crecimiento del mercado.
  - D2I3 Capacidad y eficiencia de la gestión: Determina el nivel de capacidad y eficiencia de la gestión de la empresa, en un ámbito internacional.
- D3 Capacidad de Exportación
  - D3I1 Capacidad Económica: Se considera a la posibilidad de un sujeto, en este caso una entidad o empresa en poder afrontar el pago de sus gastos tributarios.
  - D3I2 Disponibilidad de producto: Se considera a contar la suficiente cantidad de artículos para poder abastecer la demanda del mismo.

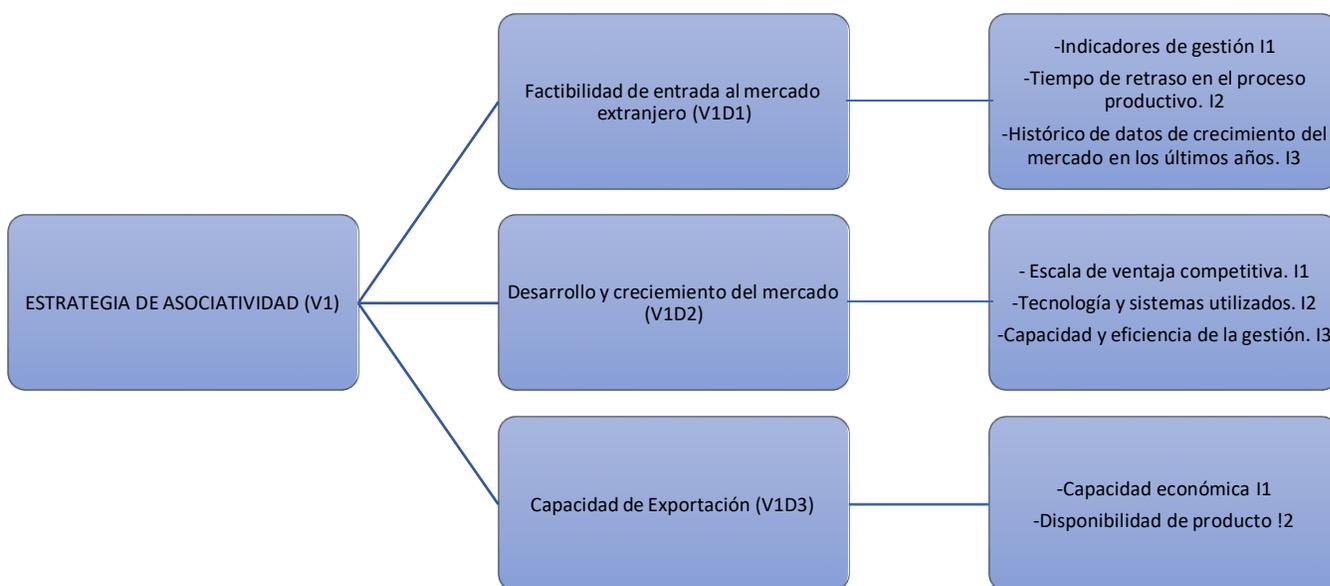
b) Variable dependiente (V2)

(V2) Oferta exportable

- I1 Costos: Es el desembolso económico que se realiza para la producción de algún bien o la oferta de algún servicio.
- I2 Rentabilidad: Es el cálculo que se genera con las ganancias y las pérdidas de una inversión, es así mismo el beneficio obtenido de la misma.
- I3 Exportación: Acto o actividad comercial que consiste en la comercialización de bienes o productos a un país extranjero.

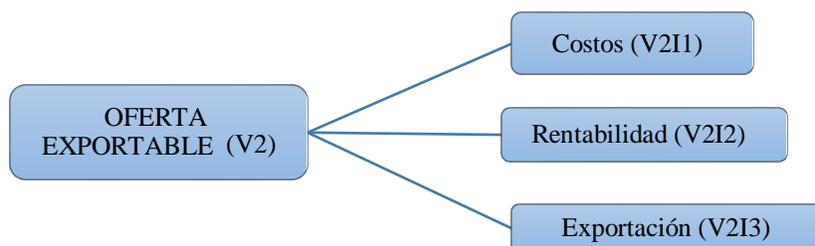
### 2.2.2. Definición operacional de las variables

Figura 4: Esquema de la estrategia de asociatividad de los pequeños productores de maíz



Fuente: Variable y definición operacional; Elaboración: Propia

Figura 5: Esquema de desarrollo de la oferta exportable de maíz en la provincia de Huaura



Fuente: Variable y definición operacional

Elaboración: Propia

Tabla 3: Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores
Estrategia de asociatividad	Es un sistema de organización que brinda mayores posibilidades de mejorar la competitividad.	Se realizará a través de la encuesta en escala de Likert.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores de Gestión</li> <li>• Tiempo de retraso en el proceso productivo</li> <li>• Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años.</li> <li>• Escala de ventaja competitiva</li> <li>• Tecnología y sistema utilizados</li> <li>• Capacidad y eficiencia de la gestión</li> <li>• Capacidad Económica</li> <li>• Disponibilidad de producto</li> </ul>
Oferta Exportable	Es la capacidad de una empresa de cumplir con el volumen de venta de un cliente o poder satisfacer su demanda.	Se realizará a través de la encuesta en escala de Likert.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos</li> <li>• Rentabilidad</li> <li>• Exportación</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

Según Álvarez (2020), la metodología de investigación se refiere al conjunto de técnicas, enfoques, procedimientos y estrategias que un investigador utiliza para llevar a cabo un estudio de manera sistemática y rigurosa.

### 3.1 Diseño metodológico

La investigación tiene un alcance explicativo correlacional, ya que se enfoca en explicar, y entender las relaciones entre variables en un fenómeno sin establecer relaciones de causa y efecto. Si bien tiene limitaciones en términos de establecer causalidad, puede ser un primer paso valioso para explorar patrones y generar hipótesis para investigaciones posteriores. En ese marco se pretende determinar la relación o influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle río Huaura, Lima.

La investigación emplea una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y la unidad de análisis son los pequeños productores de maíz del valle río Huaura, Lima.

- Enfoque: cuantitativo, ya que se basa en la objetividad y la medición precisa de los datos, lo que permite establecer relaciones claras entre variables y generalizar los resultados a poblaciones más amplias.
- Tipo: aplicada, tiene como objetivo resolver problemas prácticos y generar conocimiento que tenga aplicaciones directas y beneficios tangibles en el mundo real.
- Diseño: no experimental, ya que observa y analiza fenómenos naturales tal como ocurren en su entorno, sin intervenir directamente en la manipulación de variables.
- Unidad de análisis: pequeños productores.

### 3.2 Diseño muestral

#### a) Población

Lo constituyen todos los productores de maíz del valle del río Huaura de la región Lima, que viven en la agrupación de vivienda “Caldera” y en su mayoría trabajan con sus familias que hacen un total de 15 agricultores. Un dato importante por el tamaño de la población (total de agricultores) en los que se aplicó la investigación se considera como muestra censal.

#### b) Muestreo censal

En la presente investigación se considerará a 15 pequeños productores de maíz como el tamaño muestral para el censo poblacional.

Datos:

95% de confianza, nivel de significancia = 5%

$$Z(0.975) = 1.96$$

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q}$$

Reemplazando valores en la fórmula:

$$Z^2 = 3.84146$$

$$N = 15$$

$$N-1 = 14$$

$$P = 0.6$$

$$Q = 0.4$$

$$E = 0.05$$

$$E^2 = 0.0025$$

$$\mathbf{n = 15}$$

### **3.3 Técnicas de recolección de datos**

Según Alaminos et. al (2006), las técnicas de recolección de datos son métodos específicos utilizados para recopilar información relevante y necesaria en una investigación. Estas técnicas permiten a los investigadores obtener datos con el propósito de analizarlos y responder a las preguntas de investigación o alcanzar los objetivos planteados. Una de las técnicas comunes es la encuesta que es el proceso general de recopilación de datos de una muestra de individuos, mientras que un cuestionario es el instrumento específico utilizado en esa encuesta para hacer preguntas y recopilar respuestas. Ambos elementos son esenciales en la recopilación de datos cuantitativos en la investigación.

La tesis aplica la técnica de censo poblacional que tiene como instrumento el cuestionario, ya que se busca recoger información acerca de la percepción de los trabajadores, los cuestionarios tendrán una duración de 15 minutos para su desarrollo y el tiempo de aplicación de esta técnica será de 2 días.

### **3.4 Instrumentos de recolección de datos**

Según Alaminos et. al (2006), el cuestionario es un instrumento utilizado en las encuestas para recopilar datos. Además, ser un conjunto estructurado de preguntas que se presentan a los participantes en un formato predeterminado. Las preguntas pueden ser de opción múltiple, de respuesta abierta o cerrada, de escala de opinión, entre otros formatos. Los cuestionarios son diseñados cuidadosamente para abordar las preguntas de investigación y obtener la información específica necesaria para el estudio.

En la presente investigación se utiliza como instrumento de recolección de datos un cuestionario descriptivo de tipo censo poblacional compuesto por preguntas de tipo cerradas y con

escala de Likert en las que las opciones de respuesta son “totalmente en desacuerdo”, “en desacuerdo”, “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”

Tabla 4: *Técnica / Instrumento de recolección de datos*

<b>Técnicas de recolección de datos</b>	<b>Instrumentos de recolección de datos</b>
Censo poblacional	Cuestionario descriptivo
Experimentos	Escala de Likert

Fuente: Elaboración propia.

### **3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

En la presente investigación se utiliza Microsoft Word 2016 para vaciar las respuestas y elaborar el informe, ya que es confiable.

### **3.6 Aspectos Técnicos**

La investigación se elabora respetando las normas éticas regidas por la Universidad de San Martín de Porres. Del mismo modo se respeta las diferencias de opinión sin exclusión según la condición social, el género, edad, religión u otros.

La tesis respeta los derechos de autor, propiedad intelectual mediante su citación de acuerdo a las normas APA. Asimismo, se pondrá a conocimiento de los encuestados que las respuestas serán confidenciales y de carácter académico.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS**

### **4.1. Resultados de la investigación**

En el presente capítulo se detallan los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado en el valle del río Huaura, distrito de Huaura, provincia de Huaura, departamento de Lima. Se tuvo como finalidad identificar qué factores influyen para el desarrollo de la estrategia de asociatividad, para que de esta manera se pueda mejorar la oferta exportable del maíz producido, asimismo, la información se obtuvo mediante el empleo de un cuestionario en escala de Likert, dirigido a los productores de maíz.

#### **4.1.1 Descripción de la muestra**

Durante el desarrollo del trabajo de campo, se pudo ubicar a toda la población de productores de maíz, ya que se encontraban trabajando en ese momento, asimismo, para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario en escala de Likert, se encuestó a quince agricultores, donde todas las preguntas fueron respondidas de manera voluntaria y anónima.

#### **4.1.2 Análisis Exploratorio**

Es necesario recalcar que el instrumento utilizado para el trabajo de campo en el Valle del río Huaura fue validada a través de dos profesionales con estudios similares al campo de estudio de los bachilleres, dichos expertos se encargaron de corregir y validar el instrumento con la finalidad de obtener la información requerida según los objetivos de la investigación. Para determinar la confiabilidad de la realización del trabajo de campo, por ende, durante la ejecución de las encuestas se realizaron tomas fotográficas en los campos de cultivo de maíz, así como de

los investigadores aplicando las encuestas a los productores. (Ver Anexo 6). En cuanto al margen de error, no se encontró uno, debido a que todas las respuestas del cuestionario fueron respondidas, no hubo preguntas sin responder y los encuestados participaron voluntariamente con el investigador. Para el análisis estadístico, los datos de la matriz de tabulación fueron exportados hacia una plantilla de Microsoft Excel donde se calculó la fiabilidad de la información aplicando Alpha de Cronbach con un valor de 0,796 lo que demuestra que la información obtenida es fiable. (Ver anexo 5).

#### **4.1.3 Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura**

El presente informe demuestra los resultados del trabajo de campo realizado a una muestra de productores agrícolas del valle del río Huaura, con la finalidad de identificar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz. Por lo tanto, para identificar estos factores se dividió la problemática en los siguientes objetivos:

- Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura.
- Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura.
- Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura.

Luego de finalizado las encuestas a los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, distrito de Huaura, provincia de Huaura, departamento de Lima se presentan los resultados obtenidos por cada objetivo propuesto.

#### **4.1.4 Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura**

Para determinar cómo influye la estrategia de asociatividad en la factibilidad de entrada al mercado de extranjero de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, se aplicó un cuestionario en escala de Likert a una muestra de 15 agricultores.

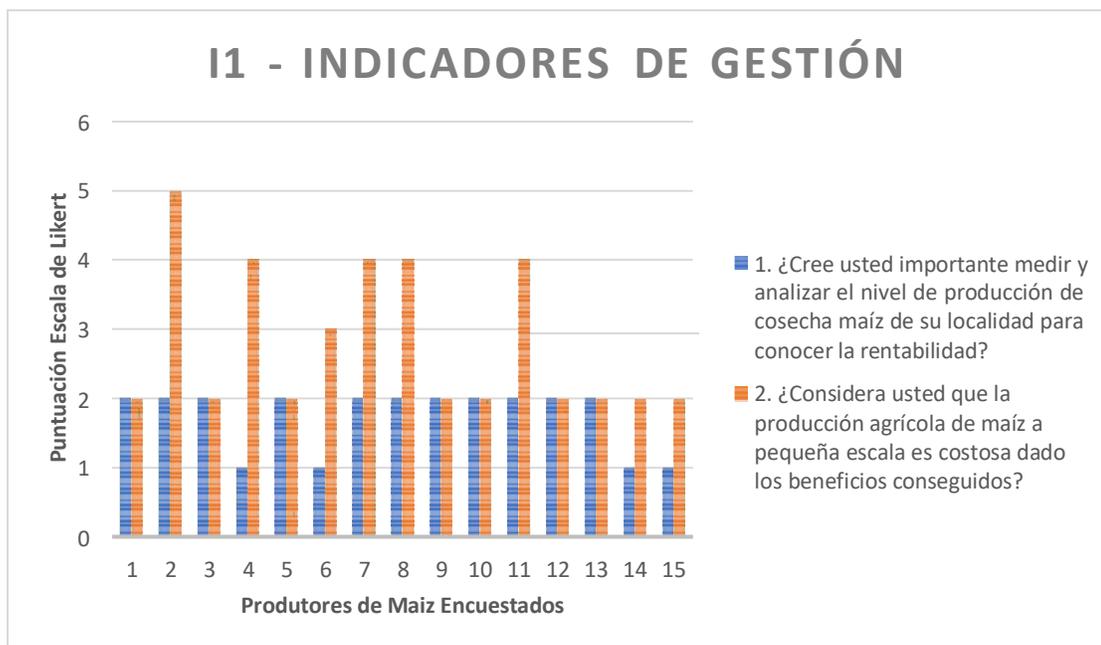
##### **1. Factibilidad de entrada al mercado extranjero**

###### **Indicadores de gestión**

Los agricultores del Valle del río Huaura, en el distrito de Huaura, consideran que es importante medir y analizar el nivel de producción de la cosecha de maíz de la localidad para de esta manera tener conocimiento de la rentabilidad de todos los agricultores que se dedican a la siembra y cosecha de maíz, ya que de esta manera pueden hacer un contraste del real margen de rentabilidad que tiene cada uno de los agricultores, y así obtener una retroalimentación de que cosas mejorar y que cosas mantener en la producción del producto. Asimismo, los encuestados dieron a conocer que la producción del maíz se puede presentar a gran escala o pequeña escala, siendo eso decisión de cada agricultor, ya que como dato extra, los agricultores de maíz no solo producen dicho alimento, pueden dedicarse a la producción de otros alimentos según sea la necesidad o estación, por ello recalcaron que una producción a pequeña escala no genera mayor problema, porque ellos manejan sus hectáreas de sembrío según su necesidad, por ende, ellos

mencionan que no genera mayor ni menor costo dicho tipo de producción y termina siendo indiferente o no presenta repercusión negativa en la rentabilidad de la misma.

Figura 6: Recopilación de Información de encuestas para el II – Indicadores de Gestión



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

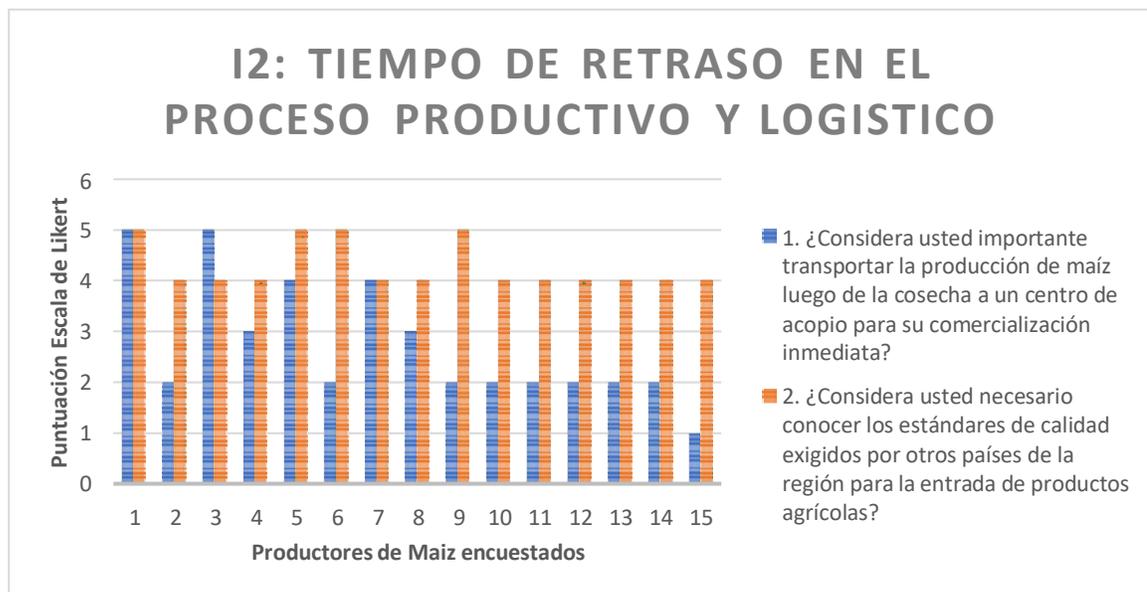
## 2. Tiempo de retraso en el proceso productivo

En la encuesta realizada a los pequeños productores de maíz, se obtuvo información importante sobre como suele ser la venta del mismo, ya que como bien se sabe, los sembríos de los diferentes alimentos que cosechamos en nuestro país se encuentran alejados de las principales ciudades, por ende, de los principales centros de acopio y de venta como lo son los mercados, bodegas y otros. Por ello para su venta y distribución, se presenta un gran reto, porque muchos de ellos no cuentan con los recursos para la logística necesaria para llevar sus productos a los puntos de acopio y/o de venta, eso conlleva a lo siguiente, que para ellos termina siendo la mejor opción,

según lo comentado, los pequeños productores de maíz trabajan en una modalidad de contrato previo a la siembra, el cual se basa, en que ellos no siembran solo porque si, si no que un tercero que muchas veces es un comerciante mayorista, hace el contrato, el cual especifica que todo lo que siembren en cierta cantidad de hectáreas es para él, pero la parte importante o relevante de este acuerdo es que los productores solo se encargan hasta el recojo y empaquetado del maíz, siendo la parte logística resuelta por parte del tercero, teniendo así solucionado el tema de movilizar el producto, los productores de maíz se muestran muy conformes con estos contratos y solo sienten la necesidad de realizar ellos mismo su logística cuando se trata de pequeñas cantidades y para ciudades cercanas a ellos.

Cuando se menciona en la encuesta la necesidad de conocer los estándares de calidad de otros países del producto en mención que es el maíz, los encuestados se muestran muy interesados, a pesar de que ellos no practican la exportación como tal, les genera cierta curiosidad, ya que saben que los alimentos de este tipo, tienden a ser volubles con las diferentes situaciones que pasen en el mundo y manejan el criterio de que si en cierto país hermano su precio está subiendo, pero sus costos se mantienen significa que les espera lo mismo a ellos.

*Figura 7: Recopilación de Información de encuestas para el I2 – Tiempo de retraso en el proceso productivo y logístico:*



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

### **3. Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años.**

Para los agricultores de maíz del valle del río Huaura, es muy importante el crecimiento del consumo de su producto, pues al ser un producto perecedero, no tiene una larga vida de almacenamiento y eso suele ser la mayor inquietud para los productores, sin embargo, ven con mucha expectativa que la demanda vaya en crecimiento, a pesar de las diferentes situaciones que se viven o se suelen vivir en el país, que terminan por afectar a todos los sectores económicos, siendo el sector agrícola no ajeno a las repercusiones, ya que cuando hay problemas de diferentes índoles, los primeros afectados son las zonas campesinas, porque se bloquean las carreteras, hay alza de precios en los productos para la siembra, entre otras cosas, creado así un gran problema

para ellos, ya que es su principal fuente de trabajo. A pesar de todo lo mencionado anteriormente, los productores de maíz se siguen mostrando positivos al crecimiento de la demanda del maíz.

#### **4.1.4.2 Oferta exportable**

##### **1. Costos**

En la producción de maíz de los agricultores del valle del río Huaura, la factibilidad de entrada a un mercado extranjero, genera en ellos muchas dudas y afirmaciones al respecto, ya que se conoce que una producción de tal magnitud, necesitaría una gran inversión, para lo cual muchos de los agricultores por no decir todos no se sienten preparados, y dejando de lado el que ellos no cuenten con los recursos para hacer dicha inversión, está el factor que no existe apoyo de centros financieros, ya que existen políticas restrictivas, asimismo, se ve a los agricultores como no aptos para ser financiados. En segundo lugar, se tiene el gran desconocimiento que muchos de los productores tiene, ya que los mismo practican este trabajo de manera empírica y solo para generar ingresos suficientes para vivir y pagar lo que se necesite para producir, no buscan o no saben cómo hacer para que dicho trabajo genere una rentabilidad en el tiempo y, normalmente, este trabajo va pasando de generación en generación y aunque los más jóvenes tienen conocimiento de las facilidades y beneficios que brinda la tecnología, el internet y las diferentes instituciones de exportadoras, no cuentan con los medios didácticos o muchas veces de tiempo para dedicarse a aprender más sobre ello.

##### **2. Rentabilidad**

En la agricultura del maíz su rentabilidad va muy de la mano de los factores externos, que se podría entender como que, a pesar de haber generado buena cosecha, se haya puesto un buen precio al producto, todo haya salido como se planeó, pero si hay cambios políticos, sociales y/o

inclusive un fenómeno natural no previsto, altera todo el proceso, por ende, la ganancia de los agricultores. Por ello la rentabilidad en este sector es completamente voluble, empiezan las pérdidas, tanto de dinero como de producto y al final el productor trabaja a pérdida y muchas veces esto genera estragos en toda la cadena de suministro que significa los alimentos.

### **3. Exportación**

Para los agricultores del valle del río Huaura, la oportunidad de exportar sus productos siendo este el maíz no es muy tentador, sin embargo, para la siguiente generación que vendría a ser los hijos, primos e inclusive los nietos, puede ser el gran cambio, ya que los mismos están inmersos en lo que es el internet y sus facilidades, y como bien se sabe estos negocios para su mayoría de veces es de herencia, suelen seguir una línea, así que se tiene un pronóstico que las siguientes generaciones podrían ser los pioneros para que el maíz salga al exterior, ya que hoy en día a este producto no se le da la atención del caso.

## **5. Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura**

Para determinar cómo influye la estrategia de asociatividad en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, se aplicó un cuestionario en escala de Likert a una muestra de 15 agricultores del valle.

### **Desarrollo y crecimiento del mercado**

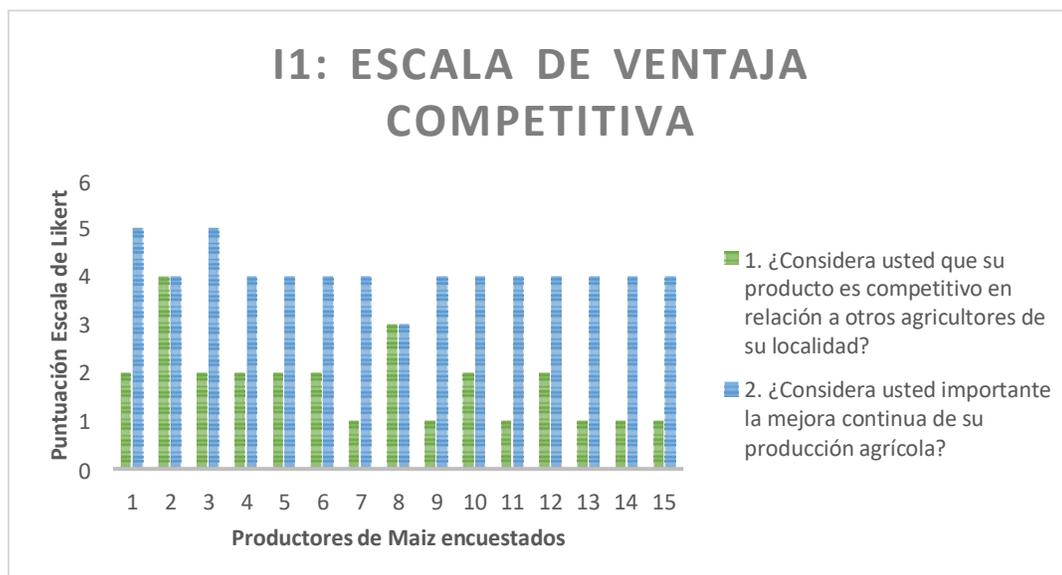
#### **1. Escala de ventaja competitiva**

Para los agricultores del valle del río Huaura la producción de maíz de toda la localidad es competitiva en el mercado, sin embargo, son conscientes que no siempre pueden ser los que tengan mejor producción, por ello mencionaron que puede haber ciertos factores que hacen que en

ocasiones una producción en particular sea mejor que la otra, pero muchas veces esto no lo determina el agricultor, sino más bien, otros factores como: el tipo de abono, el clima, como lo sería las estaciones, el tiempo en el que se siembra y el riego. Sabiendo esto, no se hace referencia a que una producción de maíz se venda más y otra menos, si no que estas diferencias se ven reflejadas en la calidad del producto, que al final las diferentes producciones no terminan en los mismos puntos de venta, por lo que no termina siendo un problema para ninguno de los productores de maíz.

Para los productores de maíz cuando se mencionó el proceso de mejora continua en los sembríos, todos los encuestados concordaron en que por más que no se produzca a gran escala, ni con tecnología, siempre tratan de buscar la manera de mejorar sus procesos y así poder generar mayor producción y rentabilidad.

Figura 8: Recopilación de Información de encuestas para el I1 – Escala Competitiva

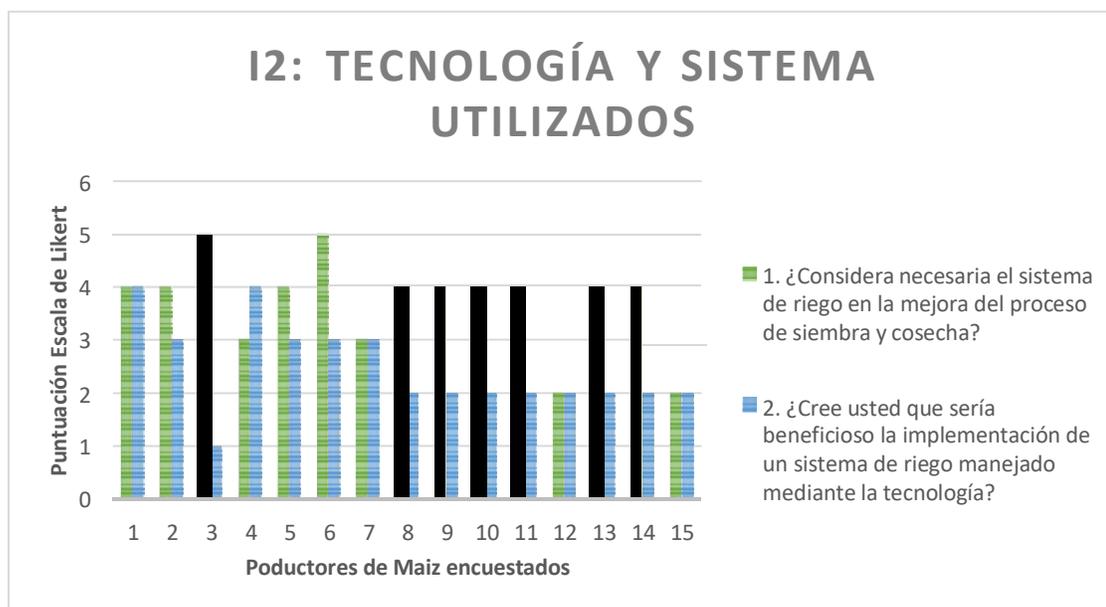


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

## 2. Tecnología y sistemas utilizados

Los productores de maíz en el valle del río Huaura, manejan un sistema de riego por sector, consideran que es su mejor alternativa, ya que su producción no suele ser en todas las hectáreas que poseen, según las encuestas en su mayoría consideran necesaria el sistema de riego como parte de la mejora del proceso de siembra y cosecha, sin embargo, no consideran que sea una regla, sino más bien una pauta, por lo cual cada agricultor ve el sistema de riego que mejor se acomoda a sus necesidades y que cumpla con todos los requerimientos para la producción. Por ello, es que en su mayoría los productores de maíz, considera no necesaria, ni mucho menos beneficiosa la implementación de un sistema de riego manejado de manera tecnológica, porque estos tipos de sistemas suelen ser usados en primer lugar en producción a gran escala, segundo serian una gran inversión que no están dispuestos a asumir, por último, se sienten cómodos con el método que hasta ahora mantienen y les da resultados.

*Figura 9: Recopilación de Información de encuestas para el I2 – Tecnología y sistemas utilizados:*

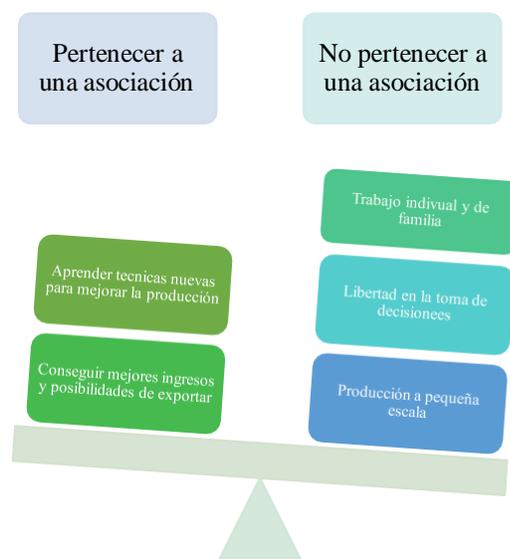


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

### **3. Capacidad y eficiencia de la gestión**

En valle del río Huaura, los productores de maíz en su totalidad son indiferentes a pertenecer a una asociación de los mismos, pues tienen el prototipo de trabajo unifamiliar, consideran que de esa manera el trabajo es más seguro, así como también están familiarizados a que la mano de obra venga de los mismo pobladores de la localidad, si es que con los integrantes de la familia no se supe la necesidad de la misma, se sabe que tienen muy arraigado el hecho de que mejor trabajan solos, a sus tiempos y a sus manera, ya que existe mucha desconfianza entre ellos mismos, por decirlo de otra manera se tiene temor a la “criollada peruana” que se podría explicarse como: el engaño, la estafa o el robo entre dos personas. Asimismo, los productores le son indiferentes a las técnicas nuevas que podrían aprender en una asociación de productores de maíz, ya que consideran que sus métodos funcionan y da resultados, por ello, no encuentran razón para que hacerlo más complicado, este estigma viene por el hecho de que muchas veces estas personas son de una edad avanzada y toda la vida han trabajado de una manera y es muy difícil estar abiertos al cambio.

*Figura 10: ¿Considera usted que al pertenecer a una asociación ha conseguido mejores ingresos y beneficios?*



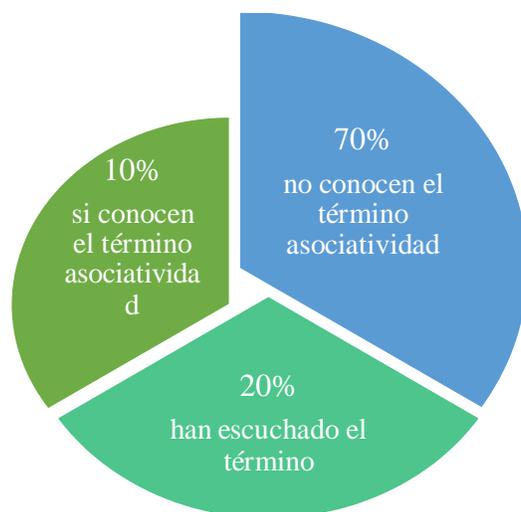
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

#### 4.1.5.2 Oferta exportable

##### 1. Rentabilidad

Según la encuesta realizada a los productores de maíz del valle del río Huaura a cerca del concepto de asociatividad, los agricultores señalaron que conocen el significado de asociatividad como alternativa de desarrollo para quienes quieran asociarse con otros pequeños agricultores, ya que conllevaría a mejorar la cantidad de producción y reduciría los costos de producción a gran escala. Sin embargo, los agricultores del valle del río Huaura señalaron que sienten desconfianza y que no ha habido intenciones de formar una asociación, ya que la mayoría de agricultores desconoce del tema por lo que, actualmente, los agricultores cosechan de manera individual para los clientes con los que ya cuentan.

Figura 11: Conocimiento del término asociatividad



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

## 2. Exportación

Según la encuesta realizada a los productores de maíz en el valle del río Huaura a cerca de la comercialización de su producción en el extranjero señalan que, si consideran importante la entrada del maíz al mercado extranjero, ya que ello conllevaría grandes beneficios para los agricultores y su comunidad. Asimismo, señalan que, en su mayoría no conocen las instituciones que ofrecen capacitaciones a agricultores para realizar exportaciones y que existe un abandono por parte de las entidades públicas en ese aspecto, ya que no los visitan y no conocen de sus requerimientos en materia de capacitación.

#### **4.1.6 Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura**

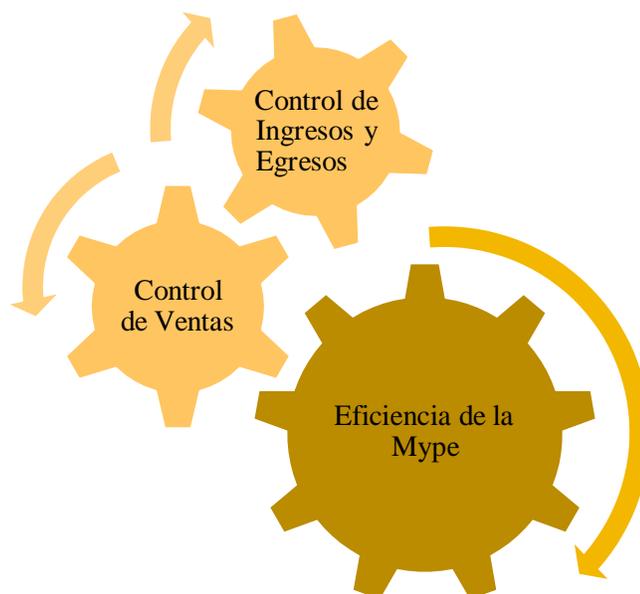
Para determinar cómo influye la estrategia de asociatividad en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, se aplicó un cuestionario en escala de Likert a una muestra de 15 agricultores en el valle.

##### **Capacidad de exportación**

###### **1. Capacidad económica**

Los productores de maíz del valle del río Huaura, saben lo importante que es mantener un control de las ventas y de los gastos en cada producción, por ello es que en su totalidad consideran que es importante tener el control de sus ingresos y egresos, porque así pueden tener una comparativa de cada año de la producción del maíz, asimismo, como este se desarrolla en el tiempo y cómo es de mucha ayuda, porque así pueden tener un control de los diferentes costos de los productos que usan para la siembra, como nos mencionó una de las encuestadas que puso como ejemplo el precio del fertilizante, ya que, en la actualidad, ha duplicado su precio a lo que estaban acostumbrados hace aproximadamente dos años, y esto se da básicamente por la misma demanda de los productos agrícolas, pero que se ve reflejado de manera negativa para los agricultores porque el precio del maíz no sube ni baja. Asimismo, hacen de conocimiento que los productores no suelen llevar la totalidad de sus controles de manera digital y prefirieren llevarlo de una manera más tradicional como lo es escrito en un cuaderno a cuaderno contable, también hacen mención que en su mayoría cuentan con todos los registros en orden y actualizados, ya que el no estar al cien por ciento de la mano de la tecnología, les impide tener el control de todos los aspectos financieros como cualquier empresa.

Figura 12: ¿Considera Ud. importante tener un control de sus ingresos y egresos?

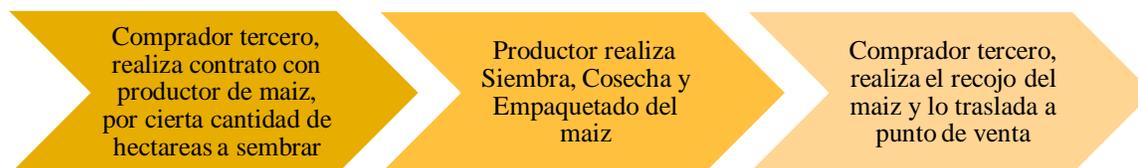


Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

## 2. Disponibilidad de producto

En el valle del río Huaura, los productores de maíz consideran en su totalidad que alcanzan los niveles óptimos para cubrir su demanda, ya que ellos trabajan bajo la modalidad de previo contrato con un tercero que muchas veces es un comerciante mayorista, que manejan un contrato donde una vez lista la cosecha, se empaqueta y se espera el recojo y distribución según su conveniencia del tercero en cuestión y de esta manera no hay pérdidas ni excesos de producción. Asimismo, todos los agricultores encuestados llegaron a la misma respuesta que no es necesario mantener un stock del maíz, por diferentes razones, siendo una de estas que el maíz es un producto perecedero el cual no tiene un tiempo largo de vida y otra razón siendo la más importante es que como antes se mencionaba, los productores en esta localidad prefieren el trabajo previo acuerdo, donde de esta manera, hacen la cosecha y siembra de manera segura, sin la incertidumbre de a quien podrán vender los productos para así recuperar lo invertido.

*Figura 13: Considera Ud. ¿Que alcanza los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda?*



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas.

### **3. Oferta exportable**

#### **a. Costos**

En el valle del río Huaura, los productores de maíz consideran en su mayoría que los costos de exportación son muy elevados, ya que se consideran empresas pequeñas con capital limitado, sin embargo, están dispuestos a asociarse si ello significa que los costos de exportación disminuirán, para ello están dispuestos a solicitar préstamos para contar con el capital necesario. También consideran necesario que se les facilite el acceso a capacitaciones en materia de costos para que cuenten con los conocimientos necesarios en dicho tema.

#### **b. Rentabilidad**

Los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, se consideran en su totalidad que, la rentabilidad de la producción de dicho cereal es variable y depende de factores externos como la subida de precios de los insumos, los factores políticos y sociales y la competencia, los cuales son factores determinantes al momento de elegir el país de destino a exportar. Sin embargo,

los agricultores también consideran que, a lo largo de los años, la producción de maíz se ha mantenido estable por lo que siguen cultivando el cereal de generación en generación.

### **c. Exportación**

Los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura al ser agricultores con capital limitado y en su mayoría ser pyme familiares consideran que, asociarse con otras familias agricultoras de la zona les resultaría beneficioso, ya que podrían crecer su capital y los costos de exportación se compartirían haciendo que todos puedan exportar su producto. Asimismo, mejoraría la calidad de su producción, ya que son conscientes de que para exportar su producto debe contar ciertos estándares de calidad y satisfacer las necesidades del consumidor del país de destino.

## **4.2. Análisis estadístico de la investigación**

### **a. Análisis de Confiabilidad del Instrumento**

En cuanto a la validación del instrumento, esta se midió a partir de la técnica estadística de Alfa de Cronbach de forma global, en ese sentido, el resultado obtenido es partir del censo poblacional llevado a cabo a los 15 pequeños agricultores de maíz del Valle del río Huaura de la región de Lima y que viven en la agrupación de vivienda “Caldera”.

En la tabla 5, el análisis de fiabilidad señalo un coeficiente de Alfa de Cronbach global de 0,796, lo cual indica una puntuación buena, por lo tanto, la validación del instrumento se determina que es consistente, por ende, es confiable. (Véase en Anexo 5).

*Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad para instrumento de investigación*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,796	21

## b. Análisis de Frecuencias

La Tabla 6, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran importante medir y analizar el nivel de producción de cosecha maíz de su localidad para conocer la rentabilidad, en ese sentido, el 73,3% estaría en desacuerdo (11), asimismo, el 26,7% está muy en desacuerdo (4).

*Tabla 6: ¿Cree usted importante medir y analizar el nivel de producción de cosecha maíz de su localidad para conocer la rentabilidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	En desacuerdo	11	73,3	73,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 7, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que la producción agrícola de maíz a pequeña escala es costosa dado los beneficios conseguidos, en ese sentido, el 6,7% estaría muy de acuerdo (1), asimismo, el 26,7% está de acuerdo (4), mientras que el 6,7% muestra una postura indecisa (1), finalmente, el 60,0% está en desacuerdo (9).

*Tabla 7: ¿Considera usted que la producción agrícola de maíz a pequeña escala es costosa dado los beneficios conseguidos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	60,0	60,0	60,0
	Indeciso	1	6,7	6,7	66,7
	De acuerdo	4	26,7	26,7	93,3
	Muy de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 8, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran importante transportar la producción de maíz luego de la cosecha a un centro de acopio para su comercialización inmediata, en ese sentido, el 13,3% estaría muy de acuerdo (2), asimismo, el 13,3% está de acuerdo (2), mientras que el 13,3% muestra una postura indecisa (2), por otro lado, el 53,3% está en desacuerdo (8), finalmente, el 6,7% está totalmente en desacuerdo (1).

*Tabla 8: ¿Considera usted importante transportar la producción de maíz luego de la cosecha a un centro de acopio para su comercialización inmediata?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	8	53,3	53,3	60,0
	Indeciso	2	13,3	13,3	73,3
	De acuerdo	2	13,3	13,3	86,7
	Muy de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 9, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran necesario conocer los estándares de calidad exigidos por otros países de la región para la entrada de productos agrícolas, en ese sentido el 73,3% estaría de acuerdo (11), asimismo, el 26,7% está muy de acuerdo (4).

*Tabla 9: ¿Considera usted necesario conocer los estándares de calidad exigidos por otros países de la región para la entrada de productos agrícolas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	11	73,3	73,3	73,3
	Muy de acuerdo	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 10, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que los pedidos de maíz se mantienen en crecimiento, en ese sentido, el 20,0% estaría de acuerdo (3), mientras que el 6,7% muestra una postura indecisa (1), por otro lado, el 66,7% estaría en desacuerdo (10), finalmente, el 6,7% está muy en desacuerdo (1).

*Tabla 10: ¿De acuerdo a los pedidos de maíz, considera Ud. que este se mantiene en crecimiento?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	10	66,7	66,7	73,3
	Indeciso	1	6,7	6,7	80,0
	De acuerdo	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

La Tabla 11, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que su producto es competitivo en relación con otros agricultores de su localidad, en ese sentido, el 6,7% estaría de acuerdo (1), mientras que el 6,7% muestra una postura indecisa (1), por otro lado, el 46,7% estaría en desacuerdo (7), finalmente, el 40,0% está muy en desacuerdo (6).

*Tabla 11: ¿Considera usted que su producto es competitivo en relación a otros agricultores de su localidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	6	40,0	40,0	40,0
	En desacuerdo	7	46,7	46,7	86,7
	Indeciso	1	6,7	6,7	93,3
	De acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

La Tabla 12, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran importante la mejora continua de su producción agrícola, en ese sentido, el 13,3% estaría muy de acuerdo (2), asimismo, el 80,0% está de acuerdo (12), mientras que el 6,7% muestra una postura indecisa (1).

*Tabla 12: ¿Considera usted importante la mejora continua de su producción agrícola?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	12	80,0	80,0	86,7
	Muy de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 13, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran necesaria el sistema de riego en la mejora del proceso de siembra y cosecha, en ese sentido, el 13,3% estaría muy de acuerdo (2), asimismo, el 60,0% está de acuerdo (9), mientras que el 13,3% muestra una postura indecisa (2), finalmente, el 13,3% está en desacuerdo (2).

*Tabla 13: ¿Considera necesaria el sistema de riego en la mejora del proceso de siembra y cosecha?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	Indeciso	2	13,3	13,3	26,7
	De acuerdo	9	60,0	60,0	86,7
	Muy de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 14, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que sería beneficioso la implementación de un sistema de riego manejado mediante la tecnología, en ese sentido, el 13,3% estaría de acuerdo (2), mientras que el 26,7% muestra una postura indecisa (4), por otro lado, el 53,3% está en desacuerdo (8), finalmente el 6,7% está muy desacuerdo (1).

*Tabla 14: ¿Cree usted que sería beneficioso la implementación de un sistema de riego manejado mediante la tecnología?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	8	53,3	53,3	60,0
	Indeciso	4	26,7	26,7	86,7
	De acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 15, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que al pertenecer a una asociación ha conseguido mejores ingresos y beneficios, en ese sentido, el 6,7% estaría mostrando una postura indecisa (14), asimismo, el 93,3% está de acuerdo (1).

*Tabla 15: ¿Considera Ud. que al pertenecer a una asociación ha conseguido mejores ingresos y beneficios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	14	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 16, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que se le ha brindado mejores técnicas para conseguir mayores niveles de producción de maíz, en ese sentido, el 33,3%

está de acuerdo (5), mientras que el 33,3% muestra una postura indecisa (5), finalmente, el 33,3% está en desacuerdo (5).

*Tabla 16: ¿Considera usted que se le ha brindado mejores técnicas para conseguir mayores niveles de producción de maíz?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	33,3	33,3	33,3
	Indeciso	5	33,3	33,3	66,7
	De acuerdo	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

La Tabla 17, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran importante tener un control de sus ingresos y egresos, en ese sentido, el 46,7% está en desacuerdo (7), asimismo, el 53,3% está muy en desacuerdo (8).

*Tabla 17: ¿Considera importante tener un control de sus ingresos y egresos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	8	53,3	53,3	53,3
	En desacuerdo	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 18 muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran eficiente la gestión de

gastos de su mype, en ese sentido, el 20,0% está muy de acuerdo (3), asimismo, el 80,0% está de acuerdo (12).

*Tabla 18: ¿Considera eficiente la gestión de gastos de su mype?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	12	80,0	80,0	80,0
	Muy de acuerdo	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 19, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que alcanzan los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda, en ese sentido, el 73,3% está en desacuerdo (11), asimismo, el 26,7% está muy en desacuerdo (4).

*Tabla 19: ¿Considera que alcanza los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	En desacuerdo	11	73,3	73,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 20, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran prudente tener un margen de stock de su producto frente a una escasez, en ese sentido el 6,7% está muy de acuerdo (1),

asimismo, el 13,3% está de acuerdo (2), por otro lado, el 66,7% está en desacuerdo (10), finalmente, el 13,3% está muy en desacuerdo (2).

*Tabla 20: ¿Considera Ud. prudente tener un margen de stock de su producto frente a una escasez? (depende del tipo de maíz)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	10	66,7	66,7	80,0
	De acuerdo	2	13,3	13,3	93,3
	Muy de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 21, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que alcanzan los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda, en ese sentido, el 73,3% está en desacuerdo (11), asimismo, el 26,7% está muy en desacuerdo (4).

*Tabla 21: ¿Cree Ud. que el conocer detalladamente los costos de producción ayuda a gestionar mejor sus niveles de rentabilidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	14	93,3	93,3	93,3
	Muy de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 22, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que realizan un adecuado manejo de sus costos de producción, en ese sentido, el 53,3% está muy de acuerdo (8), asimismo, el 46,7% está de acuerdo (7).

*Tabla 22: ¿Considera Ud. que realiza un adecuado manejo de sus costos de producción?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	7	46,7	46,7	46,7
	Muy de acuerdo	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 23, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que la rentabilidad de su negocio será creciente en los próximos 10 años, en ese sentido, el 26,7% está muy de acuerdo (4), asimismo, el 46,7% está de acuerdo (7), mientras que el 26,7% muestra una postura indecisa (4).

*Tabla 23: ¿Cree Ud. que la rentabilidad de su negocio será creciente en los próximos 10 años?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	4	26,7	26,7	26,7
	De acuerdo	7	46,7	46,7	73,3
	Muy de acuerdo	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 24, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran que su negocio cuenta con un flujo de efectivo que le permita hacer frente a sus obligaciones o pasivos, en ese sentido, el 86,7% está en desacuerdo (13), asimismo, el 13,3% está muy en desacuerdo (2).

*Tabla 24: ¿Considera Ud. que su negocio cuenta con un flujo de efectivo que le permita hacer frente a sus obligaciones o pasivos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	13	86,7	86,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 25, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si consideran importante que su producción se pueda comercializar en el extranjero, en ese sentido, el 53,3% está muy de acuerdo (8), asimismo, el 40,0% está de acuerdo (6), mientras que el 6,7% muestra una postura indecisa (1).

*Tabla 25: ¿Es importante para usted que su producción se pueda comercializar en el extranjero?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	6	40,0	40,0	46,7
	Muy de acuerdo	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 26, muestra los resultados acerca de la percepción de los 15 pequeños agricultores de maíz, que fueron consultados acerca de que, si tiene conocimiento acerca de las instituciones que ofrecen capacitaciones a productores para realizar exportaciones, en ese sentido, el 66,7% está en de acuerdo (10), mientras que el 33,3% muestra una postura indecisa (5).

*Tabla 26: ¿Conoce Ud. que instituciones ofrecen capacitaciones a productores para realizar exportaciones?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	5	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	10	66,7	66,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

### **4.3. Análisis de Estadísticos Descriptivos**

#### **4.3.1. Variable Independiente: Estrategias de asociatividad en los pequeños productores de maíz**

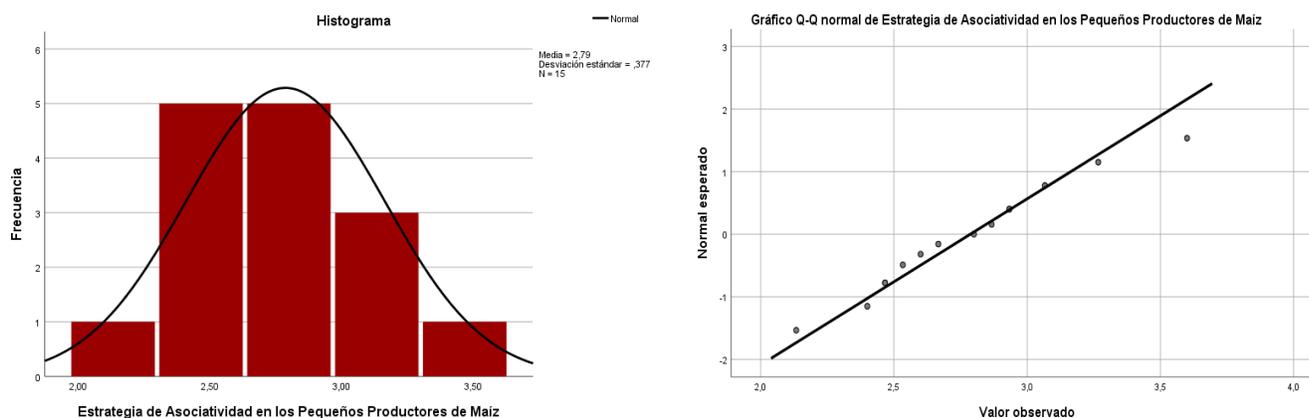
En la tabla 27, se muestra que, para las respuestas obtenidas a las preguntas elaboradas correspondientes a la variable estrategias de asociatividad en los pequeños productores de maíz, obtenemos puntajes con valor promedio mínimo 2,13 y valor máximo de 3,60. Mientras que el valor de la media de estos puntajes promedios resulta ser 2,79, lo que indica que hay una tendencia positiva relativamente para la variable analizada. Asimismo, la varianza es de 0,14 y la desviación estándar 0,37, lo que implica que hay presencia de poca dispersión o baja variabilidad entre los puntajes obtenidos.

Tabla 27: Estadísticos Descriptivos de la variable independiente

		Estadístico
Estrategias de Asociatividad en los Pequeños Productores de Maíz	Media	2,79
	Varianza	0,14
	Desviación estándar	0,37
	Mínimo	2,13
	Máximo	3,60

Fuente: Elaboración propia

Figura 14: Histograma de la Estrategia de Asociatividad en los Pequeños Productores de Maíz



Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.2. Variable Dependiente: Oferta Exportable

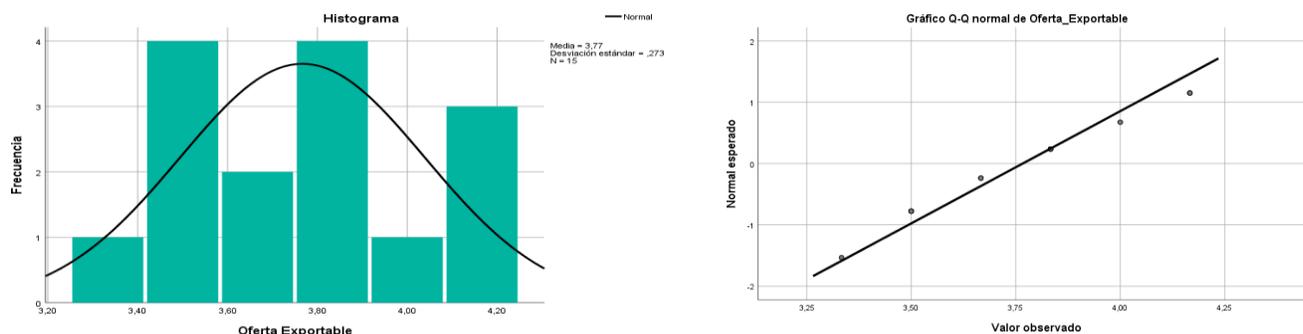
En la tabla 28, se muestra que, para las respuestas obtenidas a las preguntas elaboradas correspondientes a la variable oferta exportable, obtenemos puntajes con valor promedio mínimo 3,33 y valor máximo de 3,60. Mientras que el valor de la media de estos puntajes promedios resulta ser 3,77, lo que indica que hay una tendencia positiva relativamente para la variable analizada. Asimismo, la varianza es de 0,07 y la desviación estándar 0,27, lo que implica que hay presencia de poca dispersión o baja variabilidad entre los puntajes obtenidos.

Tabla 28: Estadísticos Descriptivos de la variable dependiente

		Estadístico
Oferta Exportable	Media	3,77
	Varianza	0,07
	Desviación estándar	0,27
	Mínimo	3,33
	Máximo	4,17

Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Histograma de la Oferta Exportable



Fuente: Elaboración propia

#### 4.4. Análisis de la Prueba de Normalidad

Tabla 29: Pruebas de Normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
VI: Estrategias de asociatividad en los pequeños productores de maíz	0,979	15	0,959
VD: Oferta exportable	0,913	15	0,200
D1: Factibilidad de entrada al mercado extranjero	0,968	15	0,826
D2: Desarrollo y crecimiento del mercado	0,924	15	0,224
D3: Capacitación de Exportación	0,943	15	0,417

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la prueba de normalidad que se muestran en la Tabla 29 evidencian que en las variables Estrategias de asociatividad en los pequeños productores de maíz y oferta exportables, así, como las dimensiones: Factibilidad de entrada al mercado extranjero, desarrollo y crecimiento del mercado y capacitación de exportación, siguen una distribución normal, debido a que el valor de la significancia es mayor a 0,05 en cada caso. Cabe destacar que debido a que el tamaño de la muestra es menor a 50 datos es que se usó el test de Shapiro-Wilk, para el desarrollo del análisis de la prueba de normalidad en las variables y dimensiones respectivamente.

#### 4.5. Análisis de Correlación

La prueba estadística de Pearson nos afirma que existe una relación significativa entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la oferta exportable, ya que el nivel de significancia es 0,05 que es menor o igual a 0,05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis general de investigación, asimismo, que esta correlación entre las variables analizadas de 0,507 que quiere decir una relación positiva directa.

*Tabla 30: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la oferta exportable*

		Oferta Exportable
Estrategia de Asociatividad en los Pequeños Productores de Maíz	Correlación de Pearson	0,507*
	Sig. (bilateral)	0,05
	N	15

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

La prueba estadística de Pearson afirma que existe una relación altamente significativa entre la dimensión Factibilidad de entrada al mercado extranjero y la variable independiente estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz, ya que el nivel de significancia es 0,000 que es menor a 0,05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica de investigación, asimismo, hay una correlación entre la dimensión y la variable analizadas de 0,890 que quiere decir una relación positiva directa.

*Tabla 31: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la factibilidad de entrada al mercado extranjero*

		Factibilidad de entrada al mercado extranjero
Estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz	Correlación de Pearson	0,890**
	Sig. (bilateral)	0,000
N		15

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

Fuente: Elaboración propia

La prueba estadística de Pearson afirma que existe una relación altamente significativa entre la dimensión desarrollo y crecimiento del mercado y la variable independiente estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz, ya que el nivel de significancia es 0,000 que es menor a 0,05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica de investigación, asimismo, hay una correlación entre la dimensión y la variable analizadas de 0,910 que quiere decir una relación positiva directa.

*Tabla 32: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y el desarrollo y crecimiento del mercado*

		Desarrollo y crecimiento del mercado
Estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz	Correlación de Pearson	0,910**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	15

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

Fuente: Elaboración propia

La prueba estadística de Pearson nos afirma que existe una relación altamente significativa entre la dimensión capacidad de exportación y la variable independiente estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz, ya que el nivel de significancia es 0,000 que es menor a 0,05. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica de investigación, asimismo, hay una correlación entre la dimensión y la variable analizadas de 0,882 que quiere decir una relación positiva directa.

*Tabla 33: Correlación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la capacidad de exportación*

		Capacidad de Exportación
Estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz	Correlación de Pearson	0,882**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	15

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

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

### 5.1 Discusión de resultados

En el presente acápite, se presenta la discusión de resultados del análisis realizado para estudiar la asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable en la producción de maíz del valle del río Huaura, en el distrito de Huaura, en la provincia de Huaura, durante el 2022, a una muestra aleatoria de 15 productores de maíz, para tal fin la discusión de los resultados serán explicados en títulos que comprenden las hipótesis específicas (objetivos específicos) y la hipótesis general (objetivo general) formuladas en esta investigación.

### 5.2 Contrastación de resultados y análisis de las hipótesis

#### **5.2.1 Hipótesis General: La estrategia de asociatividad influye en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022.**

##### Hipótesis General

Sustento teórico	Apreciación crítica
<p>La base teórica de la hipótesis general de que la estrategia de asociatividad influye en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022, se fundamenta en investigaciones previas que examinan la asociatividad y su impacto en el desarrollo de</p>	<p>La discusión del trabajo de investigación se centra en analizar la relación entre la estrategia de asociatividad y el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022. En ese sentido, hipótesis general plantea que existe una relación significativa entre estas dos variables, y los resultados obtenidos respaldan dicha afirmación.</p>

---

la oferta exportable en la agricultura. Los siguientes antecedentes respaldan esta idea:

Torres Mendoza (2011): Su investigación sobre el pisco en el valle de Cañete resaltó que la estrategia de asociatividad redujo costos de producción y aumentó la rentabilidad, lo que podría haber contribuido al desarrollo de la oferta exportable de pisco.

Espinel Camejo (2016): Su investigación en Ecuador sobre apicultores encontró que la asociatividad mejoraba la competitividad y el potencial exportador, lo que respalda la idea de que la asociatividad puede influir en el desarrollo de la oferta exportable.

Mucha Caycho (2017): En su investigación sobre la quinua en Junín, encontró que la asociatividad mejoró la calidad y productividad de la quinua, lo que podría haber contribuido al desarrollo de la oferta exportable de este producto agrícola.

Es por ello que la prueba estadística de Pearson utilizada en el análisis de correlación arrojó un nivel de significancia de 0,05, que es menor o igual que el umbral de significancia establecido (0,05). Esto indica que la relación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la oferta exportable es significativa, lo que respalda la hipótesis general planteada en el trabajo de investigación.

Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,507\*, lo cual indica una relación positiva directa entre ambas variables. Esto significa que a medida que aumenta la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz, también aumenta su oferta exportable. Esto implica que a medida que estos productores enfatizan y fortalezcan su enfoque en la asociatividad, es probable que experimenten un aumento en su capacidad de oferta para los mercados internacionales. Esta correlación positiva puede traducirse en un mayor acceso a oportunidades de exportación y, potencialmente, en un crecimiento económico para los pequeños productores de maíz.

Si bien los antecedentes citados son valiosos, es fundamental reconocer que el éxito de la estrategia de asociatividad puede depender en gran medida del contexto específico. Factores como las condiciones climáticas, la

---

---

Vásquez Aguirre (2019): En su estudio sobre los productores de mango en Lambayeque, destacó que la asociatividad tenía como objetivo mejorar la oferta exportable, lo que sugiere que esta estrategia puede influir en el desarrollo de la oferta exportable.

Hurtado Luna (2019): En su estudio en el Valle de Chulucanas, Piura, mencionó que la asociatividad facilitaba el acceso a mejores oportunidades en los mercados internacionales, lo que puede impulsar el desarrollo de la oferta exportable.

Estos antecedentes indican que la estrategia de asociatividad puede influir en el desarrollo de la oferta exportable al mejorar la calidad y productividad de los productos agrícolas, facilitar el acceso a oportunidades comerciales y aumentar la competitividad en los mercados internacionales. En consecuencia, se puede argumentar teóricamente que la asociatividad

infraestructura local, las políticas gubernamentales y la demanda de maíz en el mercado internacional pueden variar significativamente de una región a otra. Por lo tanto, es esencial considerar cómo estos factores contextuales pueden influir en la efectividad de la asociatividad en el Valle del río Huaura, Lima, en 2022.

Por otro lado, la formación y gestión efectiva de asociaciones agrícolas no siempre es sencilla. Puede enfrentar desafíos como la coordinación entre productores, la distribución equitativa de beneficios, la necesidad de recursos financieros y capacidades de gestión adecuadas. La hipótesis asume que la estrategia de asociatividad se implementará con éxito, pero en la realidad, esto puede requerir esfuerzos considerables y enfrentar obstáculos.

Finalmente, en un mercado globalizado, los productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, compiten con productores de todo el mundo. Aunque la asociatividad puede mejorar la competitividad, es importante reconocer que existen otros factores, como los costos de producción, los acuerdos comerciales internacionales y la calidad del maíz, que también influyen en la capacidad de exportación.

---

---

es un factor importante en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, en 2022.

---

Fuente: Elaboración propia

**5.2.1.1 Hipótesis Específica 1: La estrategia de asociatividad influye en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022.**

Hipótesis específica 1

Sustento teórico	Apreciación crítica
<p>La hipótesis específica 1 afirma que la estrategia de asociatividad influye en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022. La base teórica se apoya en investigaciones previas que examinan cómo la asociatividad puede afectar la factibilidad de ingreso a mercados internacionales. Los siguientes antecedentes respaldan esta idea:</p>	<p>La discusión del trabajo de investigación se centra en analizar la relación entre la estrategia de asociatividad y la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022. La hipótesis específica plantea que existe una relación significativa entre estas dos variables, y los resultados obtenidos respaldan dicha afirmación.</p>

---

---

Ibáñez, Cabrera, & Al. (2015): Su investigación en México sobre la asociatividad en la agroindustria destacó cómo unir diferentes tipos de producción podía generar mayor valor comercial, lo que puede mejorar la factibilidad de ingreso a mercados internacionales.

Mucha Caycho (2017): En su investigación sobre la quinua en Junín, mencionó que la asociatividad permitió a los productores acceder a facilidades financieras, lo que puede ser crucial para la factibilidad de ingreso a mercados extranjeros.

Vásquez Aguirre (2019): Su estudio sobre los productores de mango en Lambayeque encontró que los productores estaban dispuestos a conformar un modelo de asociatividad para mejorar su oferta exportable, lo que sugiere que la asociatividad puede influir en la disposición de los

En el estudio, se utilizó una prueba estadística de Pearson para el análisis de correlación donde arrojó un nivel de significancia de 0,000, que es menor que el umbral de significancia establecido (0,05). Esto indica que la relación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la factibilidad de entrada al mercado extranjero es altamente significativa, lo que respalda la hipótesis específica planteada en el trabajo de investigación.

Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,890\*\*, lo cual indica una relación positiva directa entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que aumenta la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz, también se incrementa su factibilidad de entrada al mercado extranjero. Este hallazgo sugiere que a medida que estos productores fortalezcan su enfoque en la asociatividad, es probable que experimenten una notable mejora en su capacidad para ingresar y competir en

---

---

productores para ingresar a mercados internacionales. La correlación robusta indica que la estrategia de asociatividad puede ser un factor determinante para abrir

Hurtado Luna (2019): En su investigación en el Valle de Chulucanas, Piura, mencionó que la asociatividad ayudaba a los productores a acceder a mejores oportunidades en los mercados internacionales, lo que puede aumentar la factibilidad de ingreso a mercados extranjeros.

Estos antecedentes indican que la estrategia de asociatividad puede influir en la factibilidad de entrada a los mercados extranjeros al facilitar el acceso a financiamiento, mejorar la disposición de los productores para ingresar a mercados internacionales y aumentar las oportunidades comerciales. En consecuencia, se puede argumentar teóricamente que la asociatividad es un factor importante en la

factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, en 2022.

mercados internacionales. La correlación robusta indica que la estrategia de asociatividad puede ser un factor determinante para abrir puertas en el comercio exterior, permitiendo a los productores de maíz pequeños aprovechar oportunidades globales y expandir su presencia en el mercado internacional.

Si bien los antecedentes citados son valiosos, es fundamental reconocer que ingresar a los mercados extranjeros puede ser un desafío complejo para los productores agrícolas. Las barreras incluyen requisitos de calidad y seguridad alimentaria, regulaciones aduaneras, aranceles, competencia internacional y la necesidad de cumplir con estándares internacionales. Si bien la asociatividad puede mejorar la capacidad de abordar estas barreras, no garantiza necesariamente la eliminación completa de todas ellas.

Además, la factibilidad de ingresar a los mercados extranjeros también depende de las

---

---

condiciones económicas y comerciales internacionales del periodo de análisis. Los cambios en la demanda de maíz, las políticas comerciales globales y las condiciones macroeconómicas pueden afectar significativamente la viabilidad de las exportaciones de maíz.

Finalmente, es importante destacar la estrategia de asociatividad que puede fortalecer a los productores al permitirles compartir recursos y conocimientos. Sin embargo, la capacidad de los productores para cumplir con estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria, así como su capacidad de gestión, también son factores críticos. La hipótesis supone que los productores adquieren estas capacidades, pero esto puede no ser automático.

**5.1.1.2. Hipótesis Específica 2: La estrategia de asociatividad influye en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022.**

Hipótesis específica 2

Sustento teórico	Apreciación crítica
<p>La hipótesis específica 2 plantea que la estrategia de asociatividad influye en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022. La base teórica se sustenta en investigaciones previas que examinan cómo la asociatividad puede impactar en el desarrollo y crecimiento de los mercados agrícolas. Los siguientes antecedentes respaldan esta idea:</p> <p>Torres Mendoza (2011): Su investigación sobre el pisco en el valle de Cañete resaltó que la estrategia de asociatividad redujo costos de producción y aumentó la rentabilidad, lo que podría haber contribuido al crecimiento del mercado de pisco al hacerlo más competitivo.</p>	<p>La discusión del trabajo de investigación se centra en analizar la relación entre la estrategia de asociatividad y el crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022. La hipótesis específica plantea que existe una relación significativa entre estas dos variables, y los resultados obtenidos respaldan dicha afirmación.</p> <p>La prueba estadística de Pearson utilizada en el análisis de correlación arrojó un nivel de significancia de 0,000, que es menor que el umbral de significancia establecido (0,05). Esto indica que la relación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y el desarrollo y el crecimiento del mercado es altamente significativa, respaldando</p>

---

así la hipótesis específica planteada en el trabajo de investigación.

Ibáñez, Cabrera, & Al. (2015): Su investigación en México sobre la asociatividad en la agroindustria resaltó cómo unir diferentes tipos de producción podía generar mayor valor comercial, lo que puede hacer que los productos sean más atractivos y competitivos en el mercado.

Mucha Caycho (2017): Su investigación sobre la quinua en Junín señaló que la asociatividad mejoró la calidad y productividad de la quinua, lo que podría haber contribuido al crecimiento del mercado de quinua en la región.

Vásquez Aguirre (2019): En su estudio sobre los productores de mango en Lambayeque, encontró que la asociatividad tenía como objetivo generar valor agregado en la producción de mango, lo que podría haber contribuido al crecimiento del mercado de productos de mango de mayor calidad y valor.

Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,910\*\*, lo cual indica una relación positiva directa entre ambas variables. Esto implica que a medida que aumenta la percepción de la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz, también se incrementa su desarrollo y crecimiento del mercado. Esto señala que a medida que estos productores prioricen y fortalezcan la asociatividad en sus prácticas, es probable que experimenten un significativo aumento en el desarrollo y la expansión de sus mercados. Esta correlación robusta sugiere que la estrategia de asociatividad puede ser una herramienta clave para impulsar el crecimiento de los productores de maíz pequeños, permitiéndoles acceder a nuevas oportunidades comerciales y fomentando un entorno económico más favorable para su desarrollo.

---

---

Hurtado Luna (2019): En su estudio en el Valle de Chulucanas, Piura, mencionó que la asociatividad facilitaba el acceso a mejores oportunidades en los mercados internacionales, lo que puede impulsar el crecimiento del mercado de mango en los mercados internacionales.

Estos antecedentes indican que la estrategia de asociatividad puede influir positivamente en el desarrollo y crecimiento de los mercados agrícolas al mejorar la calidad y productividad de los productos, generar valor agregado, reducir costos y aumentar la competitividad. En consecuencia, se puede argumentar teóricamente que la asociatividad es un factor importante en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, en 2022.

de los productos, generar valor agregado,

reducir costos y aumentar la competitividad.

En consecuencia, se puede argumentar teóricamente que la asociatividad es un factor

importante en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz

en el Valle del río Huaura, Lima, en 2022.

Si bien los antecedentes citados son valiosos, es importante tener en cuenta que el crecimiento de un mercado está influenciado por varios factores, incluida la competencia. En el caso de los pequeños productores de maíz, es fundamental comprender cómo la asociatividad permite competir de manera efectiva en un mercado ya existente. Además, el crecimiento del mercado puede estar sujeto a la demanda y preferencias de los consumidores, que pueden variar con el tiempo.

Es esencial evaluar si el crecimiento del mercado impulsado por la asociatividad es

sostenible a largo plazo. Algunos mercados pueden experimentar un crecimiento inicial,

pero pueden volverse saturados o enfrentar desafíos a medida que aumenta la competencia.

La hipótesis presupone que la asociatividad genera un crecimiento sostenible, lo cual debe ser evaluado.

---

---

Finalmente, el crecimiento del mercado requiere una sólida capacidad de gestión y planificación estratégica. La hipótesis asume que los pequeños productores están equipados para gestionar el crecimiento, pero es importante analizar si cuentan con las habilidades y recursos necesarios para hacerlo.

---

Fuente: Elaboración propia

**5.1.1.3. Hipótesis Específica 3: La estrategia de asociatividad influye en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022.**

Hipótesis específica 3

Sustento teórico	Apreciación crítica
<p>La hipótesis específica 3 plantea que la estrategia de asociatividad influye en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022. La base teórica se basa en investigaciones anteriores que examinan cómo la asociatividad puede afectar la capacidad de exportación de los productores agrícolas. Los siguientes antecedentes respaldan esta idea:</p>	<p>La discusión del trabajo de investigación se centra en analizar la relación entre la estrategia de asociatividad y la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022. La hipótesis específica plantea que existe una relación significativa entre estas dos variables, y los resultados obtenidos respaldan dicha afirmación.</p>

---

---

Espinel Camejo (2016): Su estudio sobre los apicultores en Ecuador encontró que la asociatividad mejoraba la competitividad de los productores en el mercado internacional, lo que es relevante para la capacidad de exportación, ya que la competitividad es fundamental para el éxito en los mercados extranjeros.

Mucha Caycho (2017): En su investigación sobre la quinua en Junín, mencionó que la asociatividad había mejorado la calidad y productividad de la quinua, lo que podría haber contribuido a aumentar la capacidad de exportación de este producto agrícola.

Vásquez Aguirre (2019): Su estudio sobre los productores de mango en Lambayeque destacó que la asociatividad tenía como objetivo mejorar la oferta exportable de los pequeños productores, lo que puede haber aumentado la capacidad de exportación al preparar a los

La prueba estadística de Pearson utilizada en el análisis de correlación arrojó un nivel de significancia de 0,000, que es menor que el umbral de significancia establecido (0,05). Esto indica que la relación entre la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz y la capacidad de exportación es altamente significativa, respaldando así la hipótesis específica planteada en el trabajo de investigación.

Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,882\*\*, lo cual indica una relación positiva directa entre ambas variables. Esto implica que a medida que aumenta la percepción de la estrategia de asociatividad en los pequeños productores de maíz, también se incrementa su capacidad de exportación. Esto sugiere que a medida que estos productores desarrollen una percepción más favorable hacia la asociatividad, es probable que experimenten un aumento significativo en su capacidad para exportar sus

---

---

productores para ingresar a los mercados internacionales de manera más efectiva. Hurtado Luna (2019): En su investigación en el Valle de Chulucanas, Piura, mencionó que la asociatividad ayudaba a los productores a acceder a mejores oportunidades en los mercados internacionales, lo que puede haber contribuido a aumentar la capacidad de exportación al facilitar el acceso a los mercados extranjeros.

Estos antecedentes respaldan la idea de que la estrategia de asociatividad puede influir en la capacidad de exportación de los pequeños productores agrícolas. La asociatividad puede mejorar la calidad y competitividad de los productos, preparar a los productores para ingresar a los mercados internacionales y facilitar el acceso a oportunidades comerciales en el extranjero. Por lo tanto, teóricamente, es plausible argumentar que la estrategia de asociatividad puede ser un factor importante en

productos. Esta correlación sólida indica que la percepción positiva de la estrategia de asociatividad puede desempeñar un papel fundamental en la expansión de las oportunidades de exportación para los productores de maíz pequeños, posiblemente contribuyendo al crecimiento de sus operaciones y su presencia en los mercados internacionales. Si bien los antecedentes citados son valiosos, es primordial tener en cuenta que la capacidad de exportar productos agrícolas suele estar sujeta a una serie de requisitos técnicos, sanitarios, fitosanitarios y comerciales tanto en el país de origen como en los mercados de destino. La hipótesis presupone que la asociatividad puede superar estos requisitos, lo cual debe ser evaluado en función de la normativa vigente. Además, la asociatividad puede facilitar el acceso a los mercados internacionales al aprovechar economías de escala y recursos compartidos. Sin embargo, es importante

---

---

la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, en 2022. evaluar si existen barreras comerciales o competencia en los mercados extranjeros que puedan limitar la capacidad de exportación.

Finalmente, para tener éxito en la exportación, es esencial que los productos cumplan con altos estándares de calidad y sean competitivos en términos de precio y calidad en comparación con otros productores a nivel global. La asociatividad debe demostrar cómo mejora la calidad y competitividad de los productos.

---

Fuente: Elaboración propia

## CONCLUSIONES

En primer lugar, se concluye que la estrategia de asociatividad ejerce una influencia significativa y positiva en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, durante el 2022. La asociatividad puede mejorar la calidad y productividad de los productos, facilitar el acceso a recursos financieros, generar oportunidades en los mercados internacionales, en última instancia, contribuir al desarrollo de una oferta exportable más sólida y competitiva.

En segundo lugar, los resultados de la investigación respaldan la conclusión de que la estrategia de asociatividad influye de manera positiva en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, durante 2022. La asociatividad puede proporcionar a los productores acceso a financiamiento y recursos compartidos, lo que aumenta su capacidad para competir en los mercados internacionales. Esto sugiere que la estrategia de asociatividad puede ser un factor determinante para que los productores accedan con éxito a los mercados extranjeros.

En tercer lugar, la estrategia de asociatividad desempeña un papel importante y positivo en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, durante 2022. La asociatividad puede mejorar la calidad y productividad de los productos, generar valor agregado, reducir costos y aumentar la competitividad, lo que contribuye al crecimiento del mercado de productos de maíz en la región. Esto subraya la importancia de la estrategia de asociatividad en el contexto de los productores de maíz. Sin embargo, los pequeños

productores de maíz del valle del río Huaura se encuentran desconfiados acerca de pertenecer a una asociación, ya que tienen muy poco conocimiento acerca del tema.

En cuarto lugar, resultados demuestran que la estrategia de asociatividad influye positivamente en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, Lima, durante 2022. La asociatividad puede mejorar la calidad y competitividad de los productos, preparar a los productores para ingresar a los mercados internacionales y facilitar el acceso a oportunidades comerciales en el extranjero. Esto indica que la estrategia de asociatividad es un factor importante para que los productores de maíz puedan expandir sus operaciones de exportación con éxito.

## RECOMENDACIONES

Para fortalecer el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz en el Valle del río Huaura, se sugiere enfocarse en la promoción de la asociatividad. Esto implica la formación de asociaciones o cooperativas entre los productores para mejorar la eficiencia en la producción y comercialización de maíz implementando capacitaciones y asistencia técnica específica para elevar la calidad y sostenibilidad de los productos.

Además, se deben facilitar procesos para la obtención de certificaciones y el cumplimiento de las normativas necesarias para la exportación.

Es fundamental identificar y promover mercados externos adecuados, lo que podría incluir la búsqueda de socios comerciales y la participación en ferias internacionales.

Por otro lado, para mejorar la factibilidad de entrada al mercado extranjero, es esencial realizar investigaciones de mercado exhaustivas para identificar los mercados más apropiados para los productos de maíz del Valle del río Huaura. Paralelamente, se debe proporcionar capacitación y apoyo en los procesos de exportación, incluyendo la preparación de documentación y la comprensión de las regulaciones.

Facilitar la búsqueda de distribuidores o socios comerciales en los mercados extranjeros es otro paso importante, al igual que el acceso a financiamiento para cubrir costos relacionados con la entrada al mercado internacional.

Asimismo, para estimular el desarrollo y crecimiento del mercado local de productos de maíz, se sugiere la creación de redes de distribución entre los productores asociados. Esto permitirá llegar a un público más amplio y diversificado en el mercado local. Además, se debe considerar la diversificación de productos a base de maíz para ampliar el alcance en el mercado, incluyendo

productos procesados. Implementar estrategias de marketing conjunto, como campañas publicitarias y presencia en redes sociales, puede promover los productos de maíz del Valle del río Huaura. Continuar monitoreando las tendencias del mercado y adaptar la producción y estrategias en consecuencia es esencial para el crecimiento sostenible del mercado.

Finalmente, para mejorar la capacidad de exportación de los productos de maíz del Valle del río Huaura, se debe garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad requeridos para la exportación, incluyendo aspectos como la inocuidad alimentaria y la calidad del producto. Explorar alianzas comerciales con empresas exportadoras con experiencia en la exportación de productos agrícolas puede proporcionar conocimientos y recursos adicionales. Además, se debe promover la obtención de certificaciones de calidad y sostenibilidad, que son valoradas por los mercados internacionales. Finalmente, no se debe depender de un único mercado de exportación; buscar la diversificación de mercados reducirá la vulnerabilidad a cambios en condiciones comerciales internacionales.

## REFERENCIAS

- Allende Rodríguez, B. A. (2019). *La asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la cooperativa Boza del distrito Aucallama en Huaral*. Obtenido de Repositorio Académico de la Universidad San Martín de Porres: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5455>
- Carvache Montero, E. L. (2016). *Análisis de los modelos de asociatividad para la internacionalización de la producción artesanal del cantón Atacames*. Obtenido de Repositorio Digital Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/899>
- Chávez Tapia, S. (2008). *Capacitación de Productores en los Beneficios de la Asociatividad*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_asociatividad/Curso%20Asociatividad%20I%20-%20Asociatividad%2020080917.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_asociatividad/Curso%20Asociatividad%20I%20-%20Asociatividad%2020080917.pdf)
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ. (2014). *Guía N° 12: Asociatividad para el Comercio Exterior*. Obtenido de Centro de Información PROMPERÚ: <https://centrodeinformacion.promperu.gob.pe/cgi-bin/koha/opac-imageviewer.pl?biblionumber=1053>
- Espinel Camejo, M. (2016). *Modelo de asociatividad para los productores apícolas de la comuna Loma Alta, provincia de Santa Elena*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13729>

- Fischer de la Vega, L., & Espejo Callado, J. (2002). *Casos de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado, los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Buenos Aires, Argentina: Taurus.
- Hurtado Luna, G. E. (2019). *Asociatividad de pequeños productores de mango como estrategia de desarrollo de la oferta exportable del Valle de Chulucanas de la región Piura*. Obtenido de (Trabajo de grado, Administración de Negocios Internacionales). Univesidad de San Martin de Porres. Repositorio Académico Universidad San Martín de Porres: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5820>
- Ibañez, P., Cabrera, & Al., E. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. *Revista Mexicana de agronegocios*, 36, 1167-1177. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/141/14132408003.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2013). *Resultados de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digiales/Est/Lib1139/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1139/libro.pdf)
- Labraga, J., Scheker, E., & Isa Contreras, P. (2017). *República Dominicana: Promover las exportaciones para mejorar la calidad de vida: Análisis de los mecanismos, instituciones y mejores prácticas para fomentar las exportaciones y atraer inversión extranjera*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <http://dx.doi.org/10.18235/0000740>
- León, L. (S.F.). *La asociatividad de las mypes en el Perú*. Obtenido de Portal de Negocios y Finanzas: <https://pymex.com/noticias/peru/la-asociatividad-de-las-mypes-en-el-peru/>

- Lozano Monroy, F. D. (2010). La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 5(2), 161-191. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-30632010000200007&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007&lng=en&tlng=es).
- Medwave. (01 de Marzo de 2012). *Medwave*. Obtenido de Modelos de gestión organizacional de salud: <http://www.medwave.cl/series/GES01/5329.html>
- Mendez, H. (2013). *Café Juan Valdez: Su ingreso al Perú y su estrategia para competir con Starbucks*. Lima: Semana Económica.
- Ministerio de Agricultura. (2015). *Cadenas Productivas en el sector agrícola*. Obtenido de Ministerio de Agricultura: <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/21-sector-agrario/agricola/179-cultivosde-importancia-nacional>
- Ministerio de Agricultura. (2017). *El Minagri promueve la asociatividad para elevar la competitividad*. Obtenido de Dirección Regional de competitividad agraria: <http://minagri.gob.pe/portal/notas-de-prensa/notas-de-prensa-2013/9525-elminagri-promueve-la-asociatividad-para-elevar-la-competitividad-del-agro>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *Oferta Exportable*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: [https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/Comunicaciones/BoletinesComercioExterior/Boletin\\_Mincetur\\_ComercioExterior\\_05.html](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/Comunicaciones/BoletinesComercioExterior/Boletin_Mincetur_ComercioExterior_05.html)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (10 de Mayo de 2018). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de Asociatividad Proyecto de Cooperación:

[http://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueoeru/consultora/do](http://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueoeru/consultora/do)

Mucha Caycho, F. K. (2017). *Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de Corea del Sur*. Obtenido de (Trabajo de Grado, Administración Negocios Internacionales). Universidad de San Martín de Porres. Repositorio Académico Universidad San Martín de Porres: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/2779>

PROMPERU. (2014). Obtenido de Guía N°12: Asociatividad - Comercio Exterior.: [http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/13456789/176/Guia\\_12\\_Asociatividad\\_Comercio\\_Exterior\\_2014\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/13456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rosales, R. (1997). *La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMES*. México: Universidad de Texas.

Rosales, R. (2013). *Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas* (Segunda ed.). Buenos Aires: Editorial Santander Trade Portal Agraria.

Santos Povis, J. (1997). *Asociatividad Empresarial*. Obtenido de Competitividad: [http://www.bibliotecacentral.uni.edu.pe/pdfs/COMPETITIVIDAD/art\\_001.pdf](http://www.bibliotecacentral.uni.edu.pe/pdfs/COMPETITIVIDAD/art_001.pdf)

Toro Álvarez, F. (1992). *Desempeño y productividad*. Medellín: Cincel.

Torres Mendoza, W. (2011). Asociatividad como estrategia para desarrollar las exportaciones de pisco del valle de Cañete. *Revista de Ciencias Empresariales de la Univesidad de San Martín de Porres*, 2(1), 31-40. Obtenido de Repositorio Universidad San Martín de Porres: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/1602>

Vásquez Aguirre, L. S. (2019). *Modelo de Asociatividad de pequeños productores de mango del distrito de Motupe, Región Lambayeque, para mejorar su oferta exportable con valor agregado*. Obtenido de (Trabajo de grado, Negocios Internacionales). Universidad Señor de Sipán. Repositorio Institucional Universidad Señor de Sipán: <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5909>

Zarco Palacios, D. (s.f). *Grupo Interdisciplinario de Estudios Criticos y de America Latina*. Obtenido de Obtenido de Univerdiad de Alicante: <http://web.ua.es/es/giecryal/documentos/documentos839/docs/davidzarco-agroind-pdf>

## **ANEXOS**

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

ANEXO 4: FORMATO DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

ANEXO 5: ANÁLISIS DE FIABILIDAD

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS: **LA ESTRATEGIA DE ASOCIATIVIDAD Y SU INFLUENCIA PARA EL DESARROLLO DE UNA OFERTA EXPORTABLE DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE MAÍZ DEL VALLE HUAURA, LIMA, 2022**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: **Mype y emprendimiento**

AUTOR(ES): **JAZMINE BEATRIZ RICAPA CADILLO Y KARLA TATIANA RUIZ GARCIA**

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Metodología de la Investigación
¿De qué manera influye la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura en la región Lima, 2022?	Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022.	La estrategia de asociatividad influye en el desarrollo de la oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022.	Independiente: Estrategia de Asociatividad de los pequeños productores de Maíz.  Dependiente: Oferta Exportable	Factibilidad de entrada al mercado extranjero D1  Desarrollo y crecimiento del mercado. D2  Capacidad de Exportación D3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enfoque: cuantitativo</li> <li>Alcance: Explicativo correlacional</li> <li>Tipo: Aplicada</li> <li>Diseño: No experimental</li> </ul> <p>Unidad de análisis: pequeños productores</p>

Problema Específico	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variables	Indicadores	Fuentes de Información
¿De qué manera influye la factibilidad de entrada al mercado extranjero en el desarrollo de una oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022?	Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022.	La estrategia de asociatividad influye en la factibilidad de entrada al mercado extranjero de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022.	Independiente: Factibilidad de entrada al mercado extranjero D1  Dependiente: Oferta Exportable	-Indicadores de gestión -Tiempo de retraso en el proceso productivo. -Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años.	Censo poblacional
¿De qué manera influye el desarrollo y crecimiento del mercado en el desarrollo de una oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022?	Determinar la influencia de la estrategia de asociatividad en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022.	La estrategia de asociatividad influye en el desarrollo y crecimiento del mercado de los pequeños productores de maíz del Valle del río Huaura, Lima, 2022.	Independiente Desarrollo y crecimiento del mercado. D2  Dependiente: Oferta Exportable	- Escala de ventaja competitiva -Tecnología y sistemas utilizados. -Capacidad y eficiencia de la gestión	
¿De qué manera influye la capacidad de	Determinar la influencia de la estrategia de	La estrategia de asociatividad	Independiente: Capacidad de Exportación D3	-Capacidad económica	

exportación en el desarrollo de una oferta exportable de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022?	asociatividad en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del valle del río Huaura, Lima, 2022	influye en la capacidad de exportación de los pequeños productores de maíz del valle del Río Huaura, Lima, 2022	Dependiente: Oferta Exportable	- Disponibilidad de producto
---	---	---	--------------------------------------	------------------------------------

---

ANEXO 2: **MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

Tabla 1. Operacionalización de la variable ESTRATEGIA DE ASOCIATIVIDAD

**Variable:** ESTRATEGIA DE ASOCIATIVIDAD EN LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE MAIZ

**Definición conceptual:** Ministerio de Agricultura (2017). Señala a la asociatividad como estrategia que busca generar ventaja competitiva en el mercado para incrementar las oportunidades de desarrollo y condiciones de vida de los interesados.

**Instrumento:** Cuestionario de tipo censo poblacional para los productores agrícolas de maíz

DIMENSIÓN	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Factibilidad de entrada al mercado extranjero D1	Indicador 1: KPI'S – Indicadores de gestión	1. ¿Cree usted importante medir y analizar el nivel de producción de cosecha maíz de su localidad para conocer la rentabilidad? 2. ¿Considera usted que la producción agrícola de maíz a pequeña escala es costosa dado los beneficios conseguidos?
	Indicador 2: Tiempo de retraso en el proceso productivo.	1. ¿Considera usted importante transportar la producción de maíz luego de la cosecha a un centro de acopio para su comercialización inmediata? 2. ¿Considera usted necesario conocer los estándares de calidad exigidos por otros países de la región para la entrada de productos agrícolas?
	Indicador 3: Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años.	1. ¿De acuerdo a los pedidos de maíz, considera Ud. que este se mantiene en crecimiento?
Desarrollo y crecimiento del mercado. D2	Indicador 1: Escala de ventaja competitiva	1. ¿Considera usted que su producto es competitivo en relación a otros agricultores de su localidad? 2. ¿Considera usted importante la mejora continua de su producción agrícola?
	Indicador 2: Tecnología y sistemas utilizados.	1. ¿Considera necesaria el sistema de riego en la mejora del proceso de siembra y cosecha? 2. ¿Cree usted que sería beneficioso la implementación de un sistema de riego manejado mediante la tecnología?

	Indicador 3:		1. ¿Considera Ud. que al pertenecer a una asociación ha conseguido mejores ingresos y beneficios?
	Capacidad y eficiencia de la gestión		2. ¿Considera usted que se le ha brindado mejores técnicas para conseguir mayores niveles de producción de maíz?
	Indicador 1: Capacidad económica		1. ¿Considera importante tener un control de sus ingresos y egresos?
			2. ¿Considera eficiente la gestión de gastos de su mype?
Capacidad de Exportación D3	Indicador 2: Disponibilidad de producto		1. ¿Considera que alcanza los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda?
			2. ¿Considera Ud. prudente tener un margen de stock de su producto frente a una escasez? (depende del tipo de maíz)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. Operacionalización de la variable OFERTA EXPORTABLE

**Variable:** OFERTA EXPORTABLE

**Definición conceptual:** Mincetur, (2014). Señala que la oferta exportable es la relación de la capacidad financiera, económica y de gestión en una organización. Asimismo, la oferta exportable tiene que cumplir con los requerimientos solicitado del mercado internacional, además de cubrir la demanda del mismo.

**Instrumento:** Cuestionario de tipo encuesta para los productores agrícolas de maíz

VARIABLE	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Oferta exportable	Indicador 1: Costos	1. ¿Cree Ud. que el conocer detalladamente los costos de producción ayuda a gestionar mejor sus niveles de rentabilidad?
	Indicador 2: Rentabilidad	2. ¿Considera Ud. que realiza un adecuado manejo de sus costos de producción?
	Indicador 3: Exportación	1. ¿Cree Ud. que la rentabilidad de su negocio será creciente en los próximos 10 años?
		2. ¿Considera Ud. que su negocio cuenta con un flujo de efectivo que le permita hacer frente a sus obligaciones o pasivos?
		1. ¿Es importante para usted que su producción se pueda comercializar en el extranjero?

2. ¿Conoce Ud. que instituciones ofrecen capacitaciones a productores para realizar exportaciones?
- 

Fuente: Elaboración Propia

## ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Nombre del Instrumento:		Cuestionario de tipo censo poblacional en escala de Likert						
Autores del Instrumento:		Ricapa Cadillo, Jazmine y Ruiz García, Karla						
Población:		15 agricultores						
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Escala				
				Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
				1	2	3	4	5
Asociatividad	Factibilidad de entrada al mercado extranjero D1	I1 KPI'S – Indicadores de gestión	1. ¿Cree usted que es importante la medición y análisis de la producción de cosecha de los productores de maíz de su localidad?					
			2. ¿Considera usted costosa a la producción agrícola de maíz pequeña escala?					
		I2 Tiempo de retraso en el proceso productivo.	1. ¿Considera usted sencillo e importante el proceso de transportar su producción de maíz a un centro de acopio?					
			2. ¿Considera usted necesario conocer los estándares de calidad exigidos por otros países de la región para la entrada de productos agrícolas?					

		I3 Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años.	1. ¿Considera usted relevante la información detallada de las cifras de producción de los productores de maíz?					
			2. ¿Cree usted que ha sido creciente el desarrollo del mercado de productores de maíz en los últimos 10 años?					
Desarrollo y crecimiento del mercado. D2	I1 Escala de ventaja competitiva		1. ¿Considera usted que su producto es competitivo en relación a otros agricultores de su localidad?					
			2. ¿Considera usted que su producción agrícola posee ventaja frente a la de sus competidores?					
			3. ¿Considera usted importante la mejora continua de su producción agrícola?					
	I2 Tecnología y sistemas utilizados.		1. ¿Considera necesaria el sistema de riego en la mejora del proceso de siembra y cosecha?					
			2. ¿Cree usted que sería beneficioso la implementación de un sistema de riego manejado mediante la tecnología?					

		I3 Capacidad y eficiencia de la gestión	1. ¿Estima beneficioso el pertenecer a una asociación de productores?					
			2. ¿Considera usted beneficiario generar un valor agregado para su producto?					
			3. ¿Considera que usted es eficiente al llevar a cabo la producción de maíz?					
	Capacidad de Exportación	I1 Capacidad económica	1. ¿Considera importante tener un control de sus ingresos y egresos?					
			2. ¿Considera eficiente la gestión de gastos de su mype?					
		I2 Disponibilidad de producto	1. ¿Considera que tiene suficiente producción para cubrir la demanda?					
			2. ¿Estima beneficioso tener un margen de stock de su producto frente a una escasez?					
Oferta exportable		I1 Costos	1. ¿Es importante para usted conocer los costos de producción?					
			2. ¿Considera usted que ha realizado un adecuado manejo de sus costos?					
		I2 Rentabilidad	1. ¿Considera usted que su negocio es rentable en la actualidad?					

			2. ¿Cree usted que su negocio seguirá siendo rentable en 10 años?					
			3. ¿Considera usted que su negocio cuenta con un flujo de efectivo que le permita hacer frente a sus obligaciones o pasivos?					
		I3 Exportación	1. ¿Es importante para usted que su producción se pueda comercializar en el extranjero?					
			2. ¿Considera usted necesaria la comercialización de productos con otros países de la región?					
			3. ¿Es beneficioso para usted realizar capacitaciones en materia de las exportaciones?					

ANEXO 4: **FORMATO DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS****INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO**

Validador n° 1

Validado por:

<b>Tipo de Validador:</b>	Interno ( ) Externo ( )
<b>Apellidos y Nombres:</b>	BLANCAS ALVAREZ MARIÑO ADOLFO
<b>Sexo:</b>	Hombre (X) Mujer ( )
<b>Profesión:</b>	CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
<b>Grado Académico:</b>	Licenciado* (X) Maestro ( ) Doctor ( )
<b>Años de experiencia laboral:</b>	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 (X) De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
	Solamente para validadores externos
<b>Organización donde labora:</b>	KAMASA KAILI UNIVERSO SAC
<b>Cargo actual:</b>	CONTADOR GENERAL
<b>Área de especialización:</b>	CONTABILIDAD Y FINANZAS
<b>N° telefónico de contacto:</b>	994855789
<b>Correo electrónico de contacto:</b>	Correo institucional: M.BLANCAS.ALVAREZ@GMAIL.COM
<b>Medio de preferencia de contacto:</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (X) Por correo electrónico ( )

  
 Firma Validador Experto

\*Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor, para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1  
VARIABLE 1 ASOCIATIVIDAD DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario de tipo encuesta en escala de Likert						
Autores del Instrumento	Ricapa Cadillo, Jazmine y Ruiz García, Karla						
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Asociatividad de pequeños productores (variable independiente)						
Población:	15 agricultores						
Dimensión	Indicador	Ítems	Suficienci	Claridad	Coherenci	Relevanci	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Factibilidad de entrada al mercado extranjero	I1 KPI'S Indicadores de gestión	1. ¿Cree usted importante medir y analizar el nivel de producción de cosecha maíz de su localidad para conocer la rentabilidad?	4	4	4	3	EXAMINAR OTRO FACTOR DETERMINANTE QUE IMPACTE EN LA PRODUCCIÓN. LOS BENEF. SE MIDEN DESDE EL ÍNDICE.
		2. ¿Considera usted que la producción agrícola de maíz a pequeña escala es costosa dado los beneficios conseguidos?	2	3	3	2	
	I2 Tiempo de retraso en el proceso productivo y logístico.	1. ¿Considera usted importante transportar la producción de maíz luego de la cosecha a un centro de acopio para su comercialización inmediata?	4	4	4	4	
		2. ¿Considera usted necesario conocer los estándares de calidad exigidos por otros países de la región para la entrada de productos agrícolas?	4	4	4	4	

	I3 Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años.	1. ¿De acuerdo a los pedidos de maíz, considera Ud. que este se mantiene en crecimiento?	3	3	3	3
D2 Desarrollo de la oferta exportable	I1 Escala de ventaja competitiva	1. ¿Considera usted que su producto es competitivo en relación a otros agricultores de su localidad?	4	4	3	4
		2. ¿Considera usted importante la mejora continua de su producción agrícola?	4	4	4	4
	I2 Tecnología y sistemas utilizados	1. ¿Considera necesaria el sistema de riego en la mejora del proceso de siembra y cosecha?	4	4	4	4
		2. ¿Cree usted que sería beneficioso la implementación de un sistema de riego manejado mediante la tecnología?	4	4	4	4
	I3 Capacidad y eficiencia de la gestión	1. ¿Considera Ud. que al pertenecer a una asociación ha conseguido mejores ingresos y beneficios?	3	4	4	4
		2. ¿Considera usted que se le ha brindado mejores técnicas para conseguir mayores niveles de producción de maíz?	4	4	4	4
D3 Capacidad de Exportación	I1 Capacidad económica	1. ¿Considera importante tener un control de sus ingresos y egresos?	4	4	4	4
		2. ¿Considera eficiente la gestión de gastos de su mype?	4	3	3	3

	I2 Disponibilidad de Producto	1. ¿Considera que alcanza los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda?	3	4	4	4	
		2. ¿Considera prudente tener un margen de stock de su producto frente a una escasez? (depende del tipo de maíz)	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
BLANCA ALVAREZ MARINO ADOLFO	
Fecha:	

TABLA N° 2  
VARIABLE 2 OFERTA EXPORTABLE

Cuestionario de tipo encuesta en escala de Likert						
Ricapa Cadillo, Jazmine y Ruiz García, Karla						
Oferta exportable (variable dependiente)						
15 agricultores						
Indicador	Ítems	Suficienci	Claridad	Coherenci	Relevanci	Observaciones y/o recomendaciones
I1 Costos	1. ¿Cree Ud. que el conocer detalladamente los costos de producción ayuda a gestionar mejor sus niveles de rentabilidad?	4	4	4	3	
	2. ¿Considera Ud. que realiza un adecuado manejo de sus costos de producción?	4	3	4	3	
I2 Rentabilidad	1. ¿Cree Ud. que la rentabilidad de su negocio será creciente en los próximos 10 años?	4	3	3	4	
	2. ¿Considera Ud. que su negocio cuenta con un flujo de efectivo que le permita hacer frente a sus obligaciones o pasivos?	4	3	4	4	
I3 Exportación	1. ¿Es importante para usted que su producción se pueda comercializar en el extranjero?	4	4	4	4	
	2. ¿Conoce Ud. que instituciones ofrecen capacitaciones a productores para realizar exportaciones	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
BLANCA ALVAREZ MARIANO ADOLFO	
Fecha:	

## INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validador n° 2

Validado por:

Tipo de Validador:	Interno ( ) Externo <input checked="" type="checkbox"/>
Apellidos y Nombres:	AGUIÑO DE LA CRUZ, NILTON.
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ( )
Profesión:	ING. INDUSTRIAL
Grado Académico:	Licenciado* <input checked="" type="checkbox"/> Maestro ( ) Doctor ( )
Años de experiencia laboral:	De 5 a 10 ( ) De 11 a 15 <input checked="" type="checkbox"/> De 16 a 20 ( ) De 21 a más ( )
	Solamente para validadores externos
Organización donde labora:	KANSA KALIA UNIVERSO S.A.C.
Cargo actual:	JEFE DE OPERACIONES
Área de especialización:	LOGÍSTICA.
N° telefónico de contacto:	947899146.
Correo electrónico de contacto:	Correo Institucional: nilton.aguiño@grupokansa.com
Medio de preferencia de contacto:	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( ) Por correo electrónico <input checked="" type="checkbox"/>


  
Firma Validador Experto

\*Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor, para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1  
VARIABLE 1 ASOCIATIVIDAD DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

Nombre del Instrumento		Cuestionario de tipo encuesta en escala de Likert					
motivo de evaluación:							
Autores del Instrumento		Ricapa Cadillo, Jazmine y Ruiz García, Karla					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)		Asociatividad de pequeños productores (variable independiente)					
Población:		15 agricultores					
Dimensión	Indicador	Ítems	Suficienci	Claridad	Coherenci	Relevanci	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Factibilidad de entrada al mercado extranjero	11 KPI'S - Indicadores de gestión	1. ¿Cree usted importante medir y analizar el nivel de producción de cosecha maíz de su localidad para conocer la rentabilidad? 2. ¿Considera usted que la producción agrícola de maíz a pequeña escala es costosa dado los beneficios conseguidos?	3	4	4	3	KPI'S CON MAYOR CARACTERÍSTICA CUANTITATIVA QUE CUALITATIVA PODRAN MEJORAR LA SUFICIENCIA Y RELEVANCIA.
	12 Tiempo de retraso en el proceso productivo y logístico.	1. ¿Considera usted importante transportar la producción de maíz luego de la cosecha a un centro de acopio para su comercialización inmediata? 2. ¿Considera usted necesario conocer los estándares de calidad exigidos por otros países de la región para la entrada de productos agrícolas?		4	4	4	

	13 Histórico de datos de crecimiento del mercado en los últimos años.	1. ¿De acuerdo a los pedidos de maíz, considera Ud. que este se mantiene en crecimiento?	3	4	4	4	DETERMINAR UN PERIODO HISTÓRICO PODRÍA MEJORAR LA SUFICIENCIA.
D2 Desarrollo de la oferta exportable	11 Escala de ventaja competitiva	1. ¿Considera usted que su producto es competitivo en relación a otros agricultores de su localidad?	4	3	4		CONSIDERAR CUÁL ES LA VENTAJA COMPETITIVA DE CADA PRODUCTOR AYUDAR A MEJORAR LA COHERENCIA.
		2. ¿Considera usted importante la mejora continua de su producción agrícola?					
	12 Tecnología y sistemas utilizados	1. ¿Considera necesaria el sistema de riego en la mejora del proceso de siembra y cosecha? 2. ¿Cree usted que sería beneficioso la implementación de un sistema de riego manejado mediante la tecnología?	4	3	4	4	DETERMINAR SI EL PRODUCTOR TIENE CONOCIMIENTOS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA MEJORAR LA CLARIDAD.
	13 Capacidad y eficiencia de la gestión	1. ¿Considera Ud. que al pertenecer a una asociación ha conseguido mejores ingresos y beneficios? 2. ¿Considera usted que se le ha brindado mejores técnicas para conseguir mayores niveles de producción de maíz?	4	3	3		DETERMINAR SI LOS PRODUCTORES HAN PARTICIPADO DE UNA ASOCIACIÓN CON ANTERIORIDAD.
D3 Capacidad de Exportación	11 Capacidad económica	1. ¿Considera importante tener un control de sus ingresos y egresos?	3	4	4	3	DETERMINAR SI LOS PRODUCTORES LLEVAN UN CONTROL ECONOMICO PARA MEJORAR LA SUFICIENCIA Y RELEVANCIA.
		2. ¿Considera eficiente la gestión de gastos de su mype?					

	12 Disponibilidad de Producto	1. ¿Considera que alcanza los niveles de producción óptimos para cubrir la demanda?				VERIFICAR SI LOS PRODUCTORES MANTIENEN CONCEPTOS DE PRODUCTIVIDAD PARA MEJORAR LA CLASIDAD Y RENTABILIDAD.
		2. ¿Considera prudente tener un margen de stock de su producto frente a una escasez? (depende del tipo de maíz)	43	43		

Validado por:

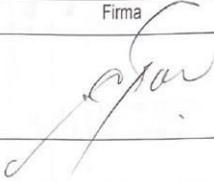
Apellidos y Nombres	Firma
AQUINO DE LA CRUZ, Nilton	
Fecha: 15-02-23	

TABLE N° 2  
VARIABLE 2 OFERTA EXPORTABLE

Cuestionario de tipo encuesta en escala de Likert						
Ricapa Cadillo, Jazmine y Ruiz Garcia, Karla						
Oferta exportable (variable dependiente)						
15 agricultores						
Indicador	Ítems	Suficienci	Claridad	Coherenci	Relevanci	Observaciones y/o recomendaciones
I1 Costos	1. ¿Cree Ud. que el conocer detalladamente los costos de producción ayuda a gestionar mejor sus niveles de rentabilidad?	4	3	4	4	CONCEPTOS AMIGABLES MEJORARÁN LA CLARIDAD.
	2. ¿Considera Ud. que realiza un adecuado manejo de sus costos de producción?					
I2 Rentabilidad	1. ¿Cree Ud. que la rentabilidad de su negocio será creciente en los próximos 10 años?	3	4	4	4	CONCEPTOS AMIGABLES MEJORARÁN LA CLARIDAD.
	2. ¿Considera Ud. que su negocio cuenta con un flujo de efectivo que le permita hacer frente a sus obligaciones o pasivos?					
I3 Exportación	1. ¿Es importante para usted que su producción se pueda comercializar en el extranjero?	4	4	4	4	
	2. ¿Conoce Ud. que instituciones ofrecen capacitaciones a productores para realizar exportaciones					

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
AQUIVO De la Cruz, Nilson	
Fecha: 15-02-23	

## ANEXO 5: ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Análisis de fiabilidad aplicando el valor alfa de Cronbach mediante Microsoft Excel 2016, donde se aplicó la fórmula:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

$\alpha$  : Alfa de Cronbach  
 k : Número de ítems  
 $V_i$  : Varianza de cada ítem  
 $V_t$  : Varianza del total

Dando como resultado los siguientes datos:

Resumen del procesamiento de los casos:

		N	%
Casos	Validos	15	100,00
	Excluidos	0	0,0
	Total	15	100,00

Estadísticos de fiabilidad:

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.796	15

Interpretación:

El Alpha de Cronbach es un índice cuyo valor varía entre el 0 a 1.0; los valores más altos de este índice indican mayor consistencia. Por lo tanto, al indicador Alfa de Cronbach del estudio

obtuvo un valor de 0,796. Indicando así, que existe fiabilidad con el instrumento siendo estadísticamente significativo y confiable.