



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

Asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca

Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable, 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERANCIONALES**

AUTORA:

Loje López, Laura Liliana

ASESORA METODÓLOGA:

Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana

ASESORA ESPECIALISTA

Mg. Lozano Miranda, Lesvia Zenaida

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comercio Internacional

TRUJILLO – PERÚ

2017

Página del Jurado



Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana
Presidente



Mg. Lozano Miranda, Lesvia Zenaida
Secretario



Dr. Rodríguez Abraham, Antonio Rafael
Vocal

Dedicatoria

A mis padres, quiénes confiaron en mí y me brindaron su apoyo incondicional en todo momento, por el infinito amor que demuestran y por los sabios consejos que hoy han permitido que pueda realizarme como profesional.

A mis hermanos, que a diario de una u otra manera me incentivan a esforzarme para tener mejores oportunidades, a ellos mis cómplices y ejemplo de vida.

Por último, y no menos importante a la Asociación de productores de espárrago fresco de Huaca Larga, quiénes hicieron posible el desarrollo de mi investigación.

Agradecimiento

A Dios, por permitirme vivir, ya que todo lo que soy y lo que tengo se lo debo a él.

A mi padres y hermanos, que me enseñaron a no conformarme, sino a que cada día luche por un futuro mejor, por el increíble esfuerzo que hicieron para que hoy culmine esta etapa de mi vida.

A mi novio y a grandes amistades que manifestaron información provechosa para la elaboración de mi investigación.

Finalmente, un agradecimiento especial al Centro de Transferencia Tecnológica en Agronegocios, quiénes me brindaron todas las facilidades para realizar mi estudio con éxito.

A todos Ustedes. ¡Gracias!

Declaratoria de Autenticidad

Yo Laura Liliana Loje López con DNI N° 73672719, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes considerados en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, 12 de diciembre del 2017



Laura Liliana Loje López

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

Laura Liliana Loje López

Índice

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad.....	v
Declaración de Autenticidad.....	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos Previos	12
1.3. Teorías relacionadas al Tema.....	13
1.4. Formulación del problema	21
1.5. Justificación del estudio	22
1.6. Hipótesis	22
1.7. Objetivos	23
II. MÉTODO	24
2.1. Tipo de investigación.....	25
2.2. Diseño de investigación	25
2.3. Variables, operacionalización.....	26
2.4. Población y muestra	27
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	27
2.6. Métodos de análisis de datos.....	28
2.7. Aspectos éticos	28
III. RESULTADOS	29
IV. DISCUSIÓN	44
V. CONCLUSIONES	49
VI. RECOMENDACIONES	52
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
VIII. ANEXOS	

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo general analizar la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable. Para ello, los instrumentos que fueron utilizados en el desarrollo de la investigación fueron apoyadas con las técnicas de encuesta y un análisis documental, siendo aplicada la primera a los 8 pequeños productores de espárrago fresco de la Asociación del centro poblado Huaca Larga para analizar las características presenciales de la asociatividad y el aspecto técnico productivo de dicha asociación, así como también identificar la capacidad de producción de los agricultores; la segunda técnica se trabajó con el fin de analizar los requerimientos del mercado exterior para la oferta exportable y la identificación de los costos de exportación del mercado internacional. Como conclusión final se obtuvo que los productores de espárrago fresco el centro poblado Huaca Larga pueden viabilizar su oferta exportable a través de la organización, mecanismos de cooperación, objetivos comunes y la permanencia de sus miembros en la asociación.

Palabras clave: Asociatividad, oferta exportable, pequeños productores.

Abstract

The present study had a general objective to analyze the associativity of the small producers of fresh asparagus of the Huaca Larga-Virú to make its exportable offer feasible. In regard to this, the instruments that were used in the development of the research were supported by the survey techniques and a documentary analysis as applied to the first of the 8 small producers of fresh asparagus of the Association of the Huaca Larga to analyze the characteristics present of associativity and the productive technical aspect of this association, as well as identify the production capacity of farmers; the second technique was worked on in order to analyze the requirements of the foreign market for the exportable supply and the identification of export costs of the international market.. As a final conclusion, the producers of fresh asparagus in the town center of Huaca Larga can make feasible products to be exported offer through the organization, cooperation mechanisms, common objectives and the permanence of their members in the association.

Keywords: Associativity, exportable offer, small producers.

I. INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

El acelerado proceso de globalización que se vive actualmente ha obligado a que diferentes individuos, desde personas, empresas u organizaciones decidan asociarse, no obstante, en el caso de los pequeños productores, en su mayoría vienen trabajando independientemente, por lo cual, ellos únicamente buscan un beneficio económico, es decir solo producir y ganar, no ven más allá de su entorno.

La famosa frase de “la unión hace la fuerza” se profundiza en todo su concepto. Y ya que, el mercado de hoy en día es más exigente que antes, solicita una serie de requisitos para poder acceder a nuevos mercados internacionales, puesto que, es necesario agrupar a los pequeños productores, de tal forma que obtengan ventajas competitivas entre todos de una manera asociativa.

Perú es reconocido internacionalmente por ser el primer exportador de espárragos y uno de los principales productores, siendo La Libertad el principal productor en el país, cultivado esencialmente en los valles de Virú y Chao, el cual en los últimos años se extendió entre los valles de Santa y Chicama debido a la creciente demanda del mercado externo y las favorables ventajas que presenta la región, lo cual ha permitido tener dos mercados potenciales como Estados Unidos y Europa.

Huaca Larga es un centro poblado ubicado en el distrito de Virú, Provincia de Virú, en donde la agricultura es la principal fuente de ingresos para los pequeños productores y el cultivo predominante es el espárrago. Sin embargo, la falta de asistencia técnica para manejar un cultivo, la escasez de agua en muchas situaciones, los elevados precios de fertilizantes e insecticidas y sobre todo el no contar con el volumen de producción y las certificaciones requeridas por el mercado exterior es considerado como una debilidad para ellos. Por ello, con la intención de promover el crecimiento agroexportador nace la idea de crear la “Asociación de productores agroexportadores con riego tecnificado Huaca Larga”.

Peso a esto, el gran problema que enfrentan los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga es lograr la organización de

sus miembros, porque requiere de compromiso, confianza y participación constante de cada uno. Ya que, al no cooperar no podrán alcanzar un grado de permanencia ni conseguir sus objetivos trazados, lo que conlleva a tener bajos estándares de calidad y escaso poder de negociación. Por tanto, surgen algunas cuestiones como:

¿Qué requieren conocer los pequeños productores para lograr una exportación directa? ¿Por qué prefieren comercializar su producción con las grandes empresas? ¿Es necesario asociarse para alcanzar mayores logros a futuro?

Por ello, esta investigación nace con el fin de que los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú aprovechen a la asociatividad como una oportunidad para viabilizar su oferta exportable y competir internacionalmente.

1.2. Trabajos Previos

Flores (2013) en su tesis:

Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito de Kañaris - Ferreñafe. De la Universidad Católica Santa Toribio de Mogrovejo para obtener el título profesional de licenciado en administración de empresas. Tuvo por objetivo proponer un modelo de asociatividad a los productores cafeteros para mejorar el manejo integral de sus cultivos y su gestión empresarial; en su tipo de investigación descriptiva, concluye. "El mecanismo de la asociatividad muchas veces pende por el nivel de capital social obtenido entre los posibles miembros, así como también de la cooperación, el compromiso, la confianza y reciprocidad de los mismos".

Orrala (2013) en su tesis:

Plan de asociatividad para la Asociación de agricultores ASODAGRI San Marcos, de la Comuna San Marcos, Provincia de Santa Elena, año 2013. De la Universidad Estatal Península de Santa Elena para obtener el título profesional ingeniero en desarrollo empresarial. Tuvo por objetivo determinar cómo influye un plan asociativo en la asociación de agricultores ASODAGRI de la comuna de San Marco; en su tipo de investigación

descriptiva, concluye. La propuesta de un plan asociativo para los productores de la comuna de San Marcos es de suma importancia para el desarrollo socio económico de los agricultores como del sector”.

Lozano (2010) en su artículo de revista:

La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. Tuvo por objetivo propiciar condiciones económicas consistentes a favor de fortalecer el nivel de competitividad del país a mediano y largo plazo. Concluye: Participar activamente en modelos de asociatividad exportadora conlleva a que las empresas puedan: Experimentar en diferentes contextos al local que le permiten medir y reconocer su verdadero nivel de productividad frente a otros competidores de terceros países; valorar su efectiva capacidad gerencial y organizacional para adaptarse a nuevos procesos de gestión que involucre trabajar a través de redes empresariales y no como empresa individual; acceder a niveles de tecnología superior; conocer su verdadera capacidad de negociación desde el plano de administrar sus propios costos y los costos compartidos dentro de la cadena asociativa para producir precios atractivos y rentabilidades más sólidas. Así mismo, un esquema asociativo permite que desarrollen con seriedad, compromiso y convicción, ya que, las empresas participantes podrían superar y corregir las limitaciones a que se ven enfrentadas por su tamaño promedio, como son su bajo acceso a tecnología y su débil estructura financiera. Estas limitantes les dificultan generar volúmenes de producción destacados y aplicar economías de escala, lo que les impide generar precios unitarios competitivos. Con este esquema se les facilitaría acceder a tecnologías más idóneas, como el obtener certificaciones de calidad y requisitos comúnmente exigidos en los mercados internacionales.

1.3. Teorías relacionadas al Tema

1.3.1. Teorías de la Asociatividad

Magnazo y Orchansky (2007) afirma:

Una estrategia asociativa es un proceso en el que se requiere de cierto grado de organización y permanencia, o relación conjunta entre diferentes

interesados en articular sus esfuerzos de manera voluntaria para alcanzar su objetivo meta y de esa forma conseguir beneficios que no podrían obtener de manera individual (p.11).

Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo (PROMPERÚ, 2013) define a la asociatividad como:

Una alianza voluntaria entre empresas y emprendedores para compartir costos y riesgos en los negocios y promover conjuntamente sus productos o servicios en el mercado, sin perder la individualidad empresarial, así como también la define como una estrategia para desafiar la creciente competencia de los mercados globalizados del país y el exterior (p.12).

La comisión también señala la razón principal por la que uno debe asociarse, a lo que refiere que no sólo depende de asociarse para vender o producir más, sino de que también se optimice el trabajo en conjunto, para lograr pensar en perspectivas de largo plazo en consecuencia.

Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura (IICA, 2013) explica lo siguiente:

El principal factor que afecta la competitividad de las cadenas productivas es la dispersión de los productores agrícolas, es decir si bien se trata de un factor con múltiples repercusiones en toda la cadena productiva, se manifiesta con particular dureza en los productores de mediana y pequeña escala, quienes como afecto a esta situación tienen: Poco o ningún acceso a tecnologías, lo que muchas veces origina una baja en la producción; también tienen bajos estándares de calidad por falta de información y capacitación integral; así como escaso poder de negociación, es decir aun cuando hacen transformaciones en sus productos, no logran obtener mayores ingresos y por último tienen un problema bastante común, la dificultad para acceder al crédito convencional o financiamiento por parte del estado (p.3).

En otras palabras, la asociatividad puede definirse como un mecanismo para desafiar los mercados globalizados y la creciente competencia nacional e internacional, para lo cual se requiere de compromiso y participación constante de los individuos, objetivos claros y comunes, así como deben contar con valores

dentro de la asociación como: liderazgo, respeto y confianza entre los participantes.

1.3.2. Características de la Asociatividad

PROMPERÚ (2013) expresa que una estrategia asociativa presenta las siguientes características:

Necesita de un indispensable grado de organización, lo que significa, coordinar y distribuir tareas para alcanzar los objetivos trazados. Es especialmente un mecanismo de cooperación, por ejemplo, en una feria de productos iguales o similares, si bien es cierto que los productores asociados compiten entre sí, esto es equivalente, ya que a la hora de comercializar el solo hecho de cooperar les puede brindar a ellos una disminución de sus costos, o también alcanzar mayor volumen de venta u otros beneficios. Fija objetivos en común por los participantes, los que pueden ser desde resolver problemas en conjunto o el aprovechar oportunidades externas, manteniendo su autonomía y el poder sobre su negocio. Cuenta con cierto grado de permanencia, es decir, los participantes se proyectan a largo plazo para que su estrategia asociativa se pueda mantener. Se afirma decisión voluntaria a la hora de la asociatividad, ya que antes y durante la conformación de la asociación existe libertad tanto para ingresar como para salir, de acuerdo con las normas establecidas por los miembros de la organización (p.17).

La organización, también hace mención sobre los principios éticos que requiere una estrategia asociativa, los cuales son base fundamental para la asociatividad:

La confianza, la cual es necesaria para trabajar en conjunto y compartir recursos, vivencias e información con una perspectiva de largo plazo entre los asociados. Si ésta no se presenta en los miembros, entonces se deberá promover acciones cuidadosas para generarla y solo se podrá crear a través de las adversidades cotidianas que ellos enfrentan.

Del mismo modo también se requiere de transparencia entre sus miembros, ya que es importante que todos los temas sean tratados de forma abierta, es decir es importante los canales de comunicación que se

utilicen, para permitir accesibilidad y eficacia en la transmisión de la información.

Otro principio especial es el respeto, porque independientemente de las decisiones que se tomen, una estrategia asociativa requiere de una actitud tolerante con las opiniones confrontadas que puedan surgir entre los asociados; de esa forma se obtendrán mejores resultados.

Finalmente, la participación es de suma importancia, ya que se requiere de que todos los miembros colaboren para en la gestión de la estrategia asociativa. Por ejemplo, en las actividades que se desarrollen se necesita de la participación de todos para la distribución de las tareas y la toma de decisiones (p.18).

1.3.3. Beneficios de la Asociatividad

IICA (2013) hace mención a cerca de los beneficios de la asociatividad, y los clasifica de la siguiente forma:

A nivel de capital humano: Los asociados desarrollan una visión agroempresarial, es decir los productores al organizarse tienen mayor acceso a información, conocen sobre otras empresas y participan de asesorías, obteniendo un mejor emprendimiento. Mejoran su autoestima y el empoderamiento, de acuerdo, a como se van logrando las metas que individualmente no hubiesen podido ser alcanzadas. Mejoran las capacidades técnicas, productivas y de gestión. Así mismo se fortalecen liderazgos agroempresariales en la asociación, ya que, al desencadenarse un proceso asociativo, es de formar natural que esto suceda.

A nivel de capital social en los territorios: Los productores desarrollan el principio de confianza con otros productores y actores de la cadena, al ver las ventajas económicas que provienen de actuar en forma conjunta. Así mismo, al beneficiarse de los servicios que prestan las organizaciones agroempresariales se fortalecen las economías productivas de las familias. Ej. Facilidad para recibir asistencia técnica a un menor costo, mayor acceso a créditos solidarios, así como mayor capacidad para conseguir información. Desarrollan capacidad para establecer alianzas con municipios, gobiernos y entidades privadas para promover el desarrollo económico local, gracias a la gestión realizada por las organizaciones

agroempresariales. Existe mayor equidad de género, ya que muchas veces son las mujeres las que asumen el liderazgo agroempresarial y con el respaldo del grupo logran empoderarse. Formalización progresiva de la actividad agroproductiva, por ejemplo, muchos de los productores comienzan trabajando a nivel de subsistencia, pero al ver la escala de economía generada al estar organizados comienzan a obtener excedentes, crecen y acceden a mercados formales, cosa que no lograrían de manera individual. Se desarrollan como institución local, ya que los productores al organizarse se convierten en participantes válidos del sector privado, como articulador local o regional de promoción del desarrollo.

A nivel de resultados técnicos, productivos y económicos: Mejores alternativas tecnológicas, créditos, servicios y mayor acceso a información de precios, a los que como productores individuales no podrían acceder fácilmente. Abastecimiento de clientes y mercados, que no podrían atender de manera individual. Menores costos de insumos por la escala que se forma, así como también mayor posibilidades de acceder a capacitaciones o asistencia técnica, que de una forma individual no podrían pagar. Obtienen mayor poder de negociación y mayor presencia en los mercados al mejorar su oferta exportable, logros que se derivan de una oferta superior en volumen, calidad y homogeneidad, cosa difícil de lograr para un pequeño productor, por la escala a la que trabaja. Logran evadir algunos eslabones de las cadenas agroproductivas, es decir al estar organizados los productores pueden saltarse algunos intermediarios de comercialización.

A nivel macro: Tienen un mejoramiento de la seguridad alimentaria al aumentar la oferta de alimentos y generar mayores ingresos para los productores (p. 4-6).

Mientras que, para PROMPERÚ (2013) los principales beneficios de la asociatividad se desarrollan únicamente en tres ámbitos:

Económicos, en dónde los beneficios pueden derivarse de la mejoría en el desarrollo tecnológico de los asociados, así como también el de enfrentar con fuerza los riesgos de un nuevo producto; o el diferenciar el producto, servicio, de tal forma que a la hora de comercializar puedan

obtener ventajas competitivas. Políticos, es decir al participar en una estrategia asociativa permitirá tener apoyo por parte de organismos públicos o privados, consiguiendo financiamiento, cosa difícil de obtener de forma independiente. Y, por último, socioculturales, ya que, la asociatividad permite crear conductas para analizar conocimientos y desarrollar mejoras e innovaciones, consiguiendo una maleabilidad en la organización y eso permita tener una rápida reacción ante las necesidades de mercados no abastecidos, de la misma manera en la que desarrollan capacidad tolerante para el trabajo con los demás (p.16).

1.3.4. Tipos de Asociatividad

El CEI (2010) menciona las siguiente:

Redes de Cooperación: Grupo de entidades que intervienen en procesos y comunican información para reunir ofertas, sin perder la función que desempeñan individualmente. Cabe mencionar que no existe dominio de una empresa a otra, ya que mantienen diferentes vínculos cooperativos para efectuar conjuntas acciones coordinadas.

Articulación Comercial: Acuerdo comprendido entre empresas ofertantes y demandantes, medido por un bróker internacional o gestor de negocios.

Alianza en cadenas productivas: Lograda por un contrato entre actores que cubren una serie de operaciones, transformaciones, distribución y comercialización de determinados productos. Esta alianza comprende división de trabajo por el cual cada miembro realiza etapas distintas del proceso productivo.

Alianza en cluster: Sostenido por actores que son medidos geográficamente y están relacionados por una actividad productiva en común.

Joint Venture: Se establece una nueva sociedad creada por dos o más actores con personalidad jurídica independiente, ésta forma de asociación involucra la aportación de fondos, tecnologías entre otros, realizando una actividad empresarial dependiente a las estrategias competitivas de las empresas propietarias.

Consortios: Dos o más personas se asocian para participar en forma activa en un determinado negocio o empresa en que se obtenga un beneficio económico. Se pueden legalizar formalmente sin que las

empresas pierdan su personalidad jurídica, sin embargo, con un propósito en común, el cual desarrolle una actividad económica que va a resultar rendimientos para todos (p.4,5).

1.3.5. Teorías de la Oferta Exportable

Ministerio de Agricultura [Minagri], (s.f.) indica:

La oferta exportable tiene que ver con la gestión de la empresa, la capacidad económica y financiera de esta. Así como también es asegurar volúmenes solicitados por un determinado cliente para satisfacer los requerimientos de sus mercados. En pocas palabras esto es:

Capacidad de gestión: La empresa debe tener objetivos claros para desarrollar una cultura exportadora definiendo sus capacidades y debilidades.

Capacidad económica financiera: La empresa debe contar con el fondo económico necesario para solventar una exportación, así mismo estar en condiciones de tener precios competitivos. Si la empresa no cuenta con los recursos propios para solventar este proceso deberá conseguir un financiamiento externo para cubrir su capacidad de endeudamiento.

Disponibilidad de producto: con respecto al producto la empresa debe determinar el volumen disponible para el mercado externo, es decir su volumen debe ser aquel que se pueda brindar de forma estable y continua, de tal forma que cumpla con los requerimientos o exigencias del mercado meta. (párr.1-4).

De igual forma el MINCETUR (2014) manifiesta que:

La oferta exportable va más allá del producto en sí, ya que implica cuatro capacidades de la empresa: la productiva, la económica financiera, la comercial y por último la de personal y gestión. En otro contexto se refiere a los productos en condiciones de ser exportados. (p.42).

1.3.6. Factores que determinan una oferta exportable

Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME, s.f.) menciona, “los factores a considerar para tener una oferta exportable: en primer lugar, la identificación de productos potencialmente exportables, del mismo modo los

posibles mercados destino, la capacidad de producción, los requerimientos del mercado exterior, la selección de mercados y finalmente los costos de exportación”.

1.3.7. Producto – Espárrago fresco

Minagri (s.f.) expresa:

Nombre comercial: Espárrago

Nombre científico: Asparragus Officinalis L.

Partida arancelaria: 07.09.20.00.00

Origen: Europa y área del Mediterráneo

Periodo Vegetativo: Trasplante 9 meses / Directo 12 meses

1.3.8. Selección del Mercado

Armstrong y Kotler (2013) manifiestan:

Las operaciones en varios países presentan fuertes retos, por lo que las empresas pueden segmentar sus mercados internacionales mediante una combinación de variables, entre ellas la ubicación geográfica, es decir agruparlos por regiones; otra forma de hacerlo es a través de los factores económicos, por ejemplo, el nivel general de desarrollo económico o nivel de ingresos de la población; así mismo se puede segmentar por factores políticos o legales, como es la estabilidad del gobierno, regulaciones monetarias y el acceso de entrada de empresas extranjeras: por último, uno de los factores más importantes el aspecto cultura, donde se puede agrupar os mercados según sus costumbres, religiones, valores, idiomas y patrones de conducta.

Finalmente, se puede deducir que, una selección de mercado depende de diversos factores a considerar, de tal forma que podamos hacer una apropiada segmentación de nuestro público objetivo. Por tanto, el mercado meta es el conjunto de clientes que comparten características o necesidades comunes que la empresa, organización u asociación decide atender.

1.3.9. Factores que influyen en la selección de mercados internacionales

IEDGE (2017) menciona:

Al momento de realizar la búsqueda de uno o más países a la hora de exportar, o en otras palabras de llevar a cabo una selección de mercados internacionales se debe tener en cuenta los siguientes factores: El crecimiento del PBI, el tipo de interés, la inflación y la tasa de desempleo, así como también la deuda externa, la evolución de la balanza comercial, la población, el idioma principal y la inversión extranjera, tanto como las exportaciones e importaciones medidas en dólares americanos, el FODA del país o los países preseleccionados y sin lugar a duda el número de consumidores.

Una vez que se ha hecho una previa selección de los países con mayor posibilidad de ser seleccionados para la exportación, claro que debidamente después de haber realizado un estudio minucioso de la información anteriormente detallada se puede definir los países de más a menos interesantes.

1.4. Formulación del Problema

¿Cómo la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable?

1.5. Justificación del Estudio

Para efectuar el presente trabajo es necesario analizar teorías e involucrar el conocimiento de expertos e intermediarios que faciliten con la información para el desarrollo del proyecto de investigación, la cual sirva de aporte a los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para que puedan ingresar y competir en el mercado internacional.

1.5.1. Conveniencia

La presente investigación se realiza a favor de los pequeños productores y a los próximos investigadores, quienes soliciten de esta información, respecto a cómo la asociatividad beneficia en el acceso a nuevos mercados.

1.5.2. Relevancia social

Debido a que existe un constante crecimiento en la producción y exportación de espárrago fresco, éste estudio permitirá brindar todos los conocimientos previos para que el pequeño productor aproveche a la asociatividad como una estrategia para alcanzar exportar de una forma directa.

1.5.3. Implicancias prácticas

Por medio del estudio se brindará información que responda a las necesidades e inquietudes de los pequeños productores al momento de querer exportar, mostrando los requerimientos que deberían cumplir para ofrecer su producto en el mercado exterior.

1.5.4. Utilidad metodológica

Esta investigación servirá como instrumento a los pequeños productores que decidan acceder a mercados internacionales de forma directa y aprovechen a la asociatividad como una oportunidad para generar una oferta exportable y competir internacionalmente.

1.6. Hipótesis

La asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable a través de la organización, mecanismos de cooperación, objetivos comunes y permanencia

entre los miembros de la asociación, alcanzando así una capacidad de producción significativa para el mercado.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Analizar si la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable, 2017.

1.7.2. Objetivos Específicos

- o1.** Analizar las características presenciales de la asociatividad en los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.
- o2.** Analizar el aspecto técnico productivo de la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.
- o3.** Identificar la capacidad de producción de la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.
- o4.** Analizar los requerimientos del mercado exterior para la oferta exportable.
- o5.** Identificar los costos de exportación del mercado internacional.

II. MÉTODO

II. Método

2.1. Diseño de Investigación

- 2.1.1. No experimental, porque ninguna de las variables ha sido manipulada o sometida a un experimento.
- 2.1.2. De corte transversal descriptivo, ya que la investigación se desarrolló en un tiempo en específico o momento dado.
- 2.1.3. Descriptiva, ya que consiste en conocer la situación de la asociación del centro poblado Huaca Larga-Virú por medio de la descripción exacta de las acciones, objetos y procesos de las personas involucradas en la asociación.

2.2. Variables, operacionalización

Variables: Asociatividad y Oferta exportable

2.3. Esquema de variables:

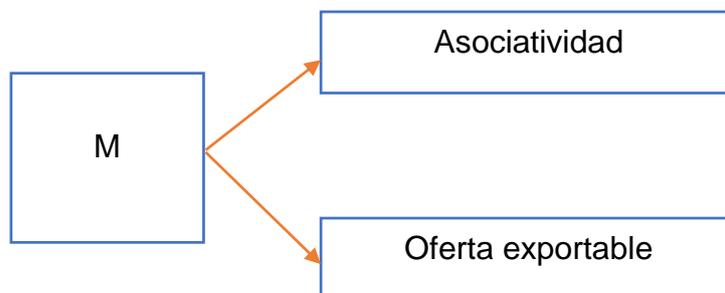


Tabla 2.1

Operacionalización de Variables: Asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable, 2017

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Asociatividad	Magnazo y Orchansky (2007) definen a la estrategia asociativa como un proceso en el que se requiere de cierto grado de organización y permanencia, o relación conjunta entre diferentes interesados en articular sus esfuerzos de manera voluntaria para alcanzar su objetivo meta y de esa forma conseguir beneficios que no podrían obtener de manera individual.	PROMPERÚ (2013) expresa que una estrategia asociativa presenta las siguientes características: mecanismo de cooperación, grado de organización y permanencia, así como también objetivos comunes. Para lo cual se empleará como técnica de recojo de información una encuesta a los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para analizar las características presenciales de la asociatividad.	Características de la Asociatividad	Organización Mecanismo de cooperación Objetivos comunes Permanencia	Nominal
			Aspecto Técnico / Productivo	Conocimiento del cultivo Control preventivo Capacitación y asistencia técnica del productor	
Oferta exportable	(Ministerio de Agricultura [Minagri], s.f.) indica: "La oferta exportable tiene que ver con la gestión de la empresa, la capacidad económica y financiera de esta. Así como también es asegurar volúmenes solicitados por un determinado cliente para satisfacer los requerimientos de sus mercados".	(CAME, s.f.) menciona que los factores a considerar para tener una oferta exportable son, la capacidad de producción, los requerimientos del mercado exterior y los costos de exportación. Para lo cual se realizará como técnica de recojo de información una ficha de análisis documental.	Capacidad de Producción	Costos de producción Volumen de producción por hectárea	Nominal
			Requerimientos del mercado exterior	Calidad del Producto	
			Costos de exportación	Precios de exportación	

Nota: Dimensiones - Asociatividad según: Magnazo y Orchansky (2007) - Oferta exportable según: Minagri (s.f.).

2.4. Población y Muestra

2.4.1. Población

La población que abarca esta investigación está conformada por los pequeños productores de espárrago fresco de la “Asociación de productores agroexportadores con riego tecnificado Huaca Larga”.

2.4.2. Muestra

Dado que el número de productores que conforman la asociación es mínimo se consideró como muestra a los ocho pequeños productores pertenecientes a la Asociación de productores agroexportadores con riego tecnificado Huaca Larga.

2.4.3. Unidad de análisis

Un pequeño productor miembro de la Asociación de productores agroexportadores con riego tecnificado Huaca Larga.

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: Encuesta, análisis documental.

Instrumentos: Cuestionario, ficha de análisis documental.

2.5.1. Validación del instrumento

Los profesionales que validaron la encuesta son expertos en el tema, ya que vienen trabajando para el Centro de Transferencia tecnológica en Agronegocios, con el tema de la asociatividad para el área de incubación de empresas y ciencias sociales, saliendo a campo en búsqueda de conformar nuevos grupos con pequeños productores agrícolas, así como también brindando la capacitación y asistencia técnica adecuada en los grupos ya establecidos para lograr una buena estrategia asociativa con los participantes. (3 especialistas).

2.6. Método de análisis de datos

Para la presente investigación se utiliza el método estadístico descriptivo, ya que se utilizarán gráficos o tablas en los resultados de las variables de estudio, de tal forma que se pueda efectuar un correcto análisis.

2.7. Aspectos éticos

En la presente investigación toda la información recolectada es gracias al apoyo de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú, que han sido el pilar de mi investigación, resaltando que se ha respetado su identidad de cada uno de los participantes, así como también toda información privada manifestada por ellos. Además, que se toman en cuenta las políticas de la universidad, los derechos de autor y las normas APA para el estudio realizado.

III. RESULTADOS

III. Resultados

Objetivo 1:

Analizar las características presentes de la asociatividad en los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.



En la Figura 3.1. señala que la importancia de estar organizados es que permite alcanzar metas comunes al trabajar asociativamente, así manifiesta un 75% de los productores, mientras que solo un 25% cree que tanto alcanzar metas comunes como coordinar y distribuir tareas son piezas fundamentales de la organización.

Figura 3.2. Mecanismos de cooperación presentados en la asociatividad

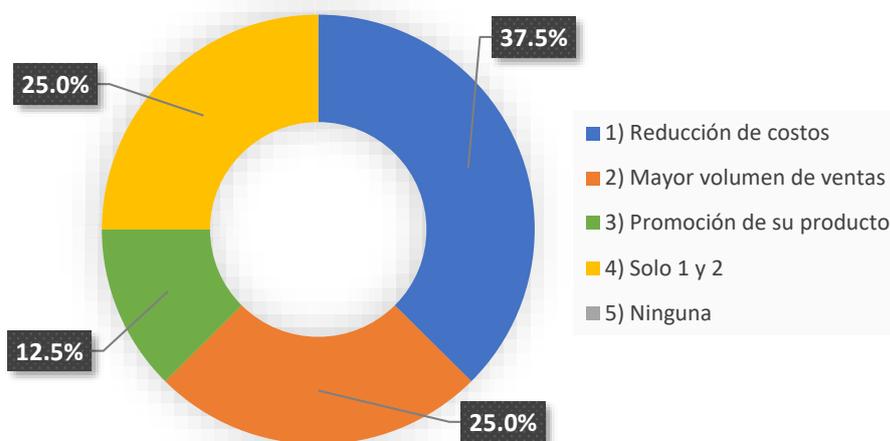
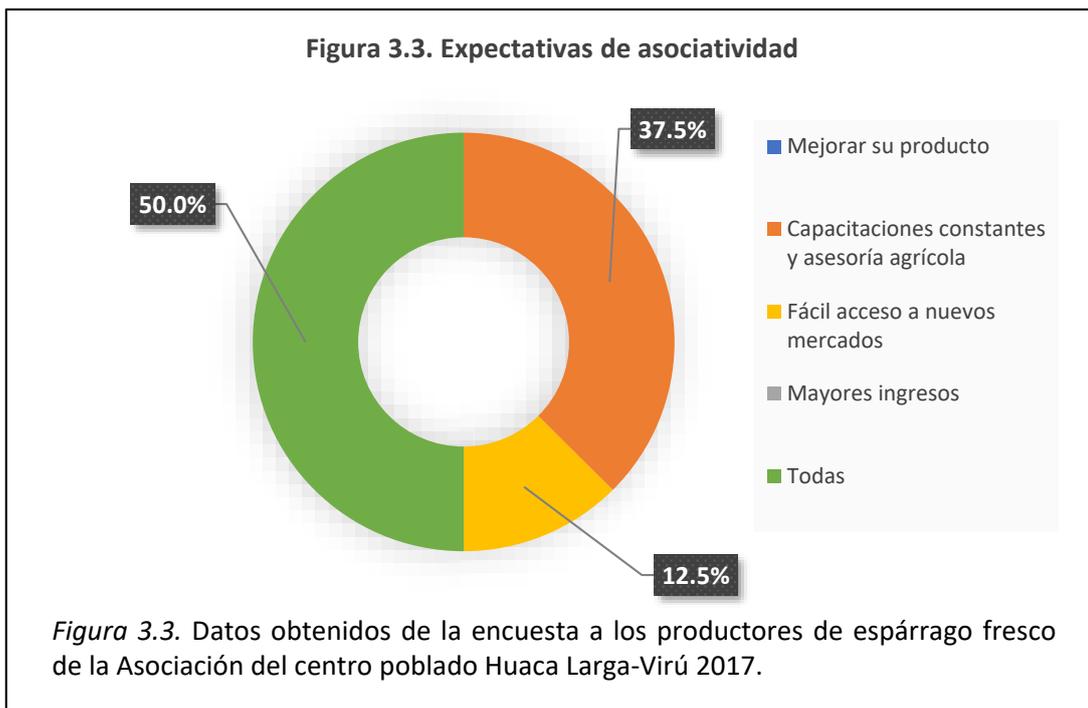


Figura 3.2. Datos obtenidos de la encuesta a los productores de espárrago fresco de la Asociación del centro poblado Huaca Larga-Virú 2017.

La Figura 3.2. muestra que el 37.5% de los productores manifiesta que el mecanismo de cooperación más notorio en la asociatividad es la disminución de costos, ya que al agruparse pueden invertir en asistencia técnica como asociación, cosa que como agricultores independientes les generaría un mayor costo. Un 25% considera mayor volumen de ventas, que se asemeja en parte con el otro 25% de los productores ya que afirman que tanto la reducción de costos como mayor volumen de ventas son dos mecanismos de cooperación in situ en la asociación. Sin embargo, un 12.5% percibe que la promoción de su producto también es visible como mecanismo de cooperación.



En la Figura 3.3. señala que los productores al ser cuestionados ante qué es lo que ellos esperaban al ingresar a la asociación, un 50% señaló que la expectativa que ellos tienen es el recibir capacitaciones y asistencia técnica que ayuden a mejorar su producto, para acceder fácilmente a nuevos mercados que les permitan competir, para generarles mayores ingresos. Sin embargo, un 37.5% manifestó que la expectativa de ellos se basó únicamente en recibir capacitaciones constantes y asesoría agrícola. Mientras que solo un 12.5% afirmó que lo único que espera al pertenecer a una asociación es acceder a nuevos mercados para que en el exterior conozcan de donde proviene su producto.

Figura 3.4. Tiempo de permanencia en la asociación

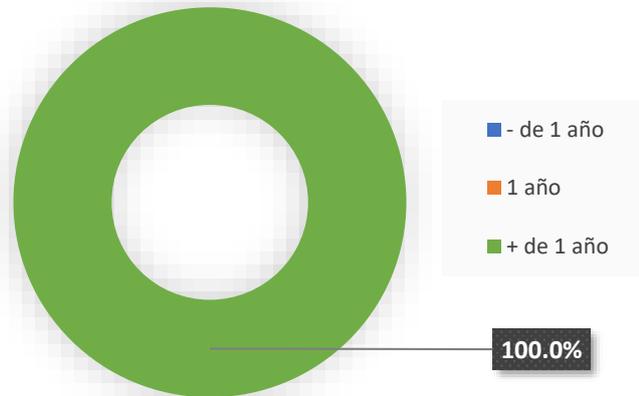
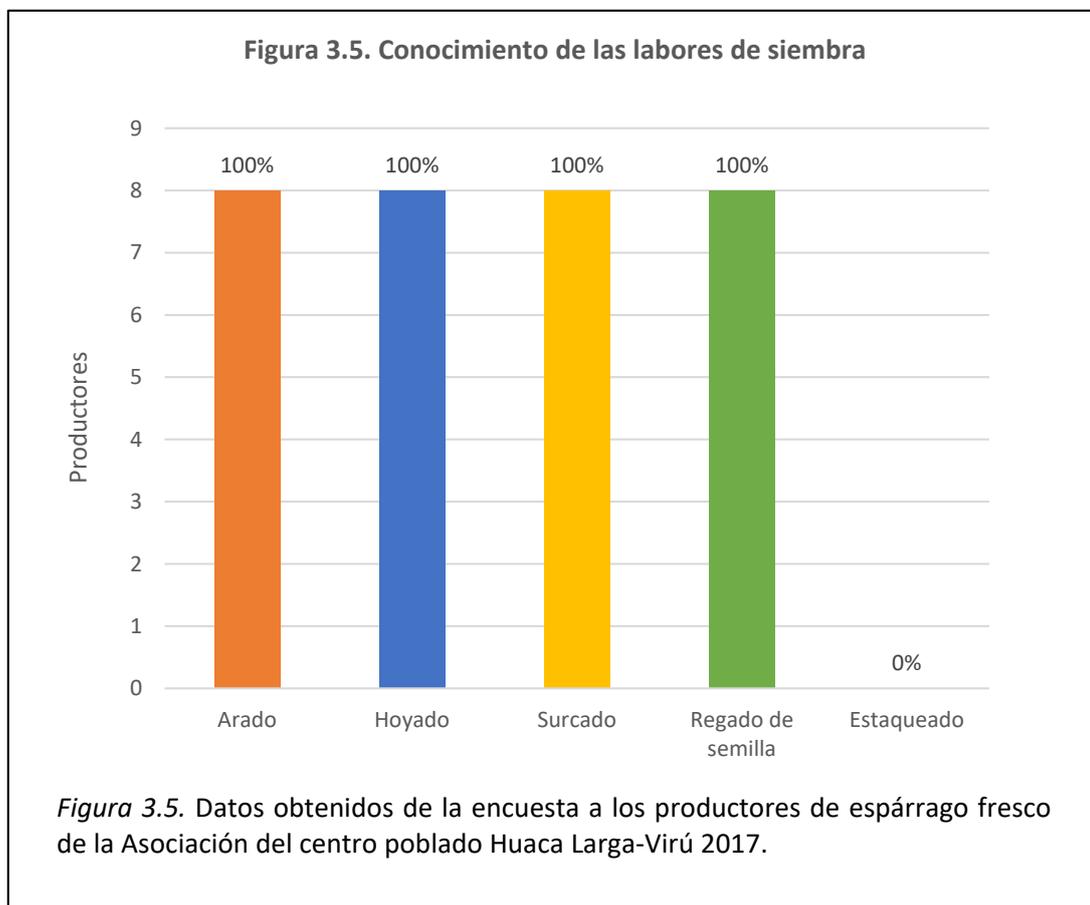


Figura 3.4. Datos obtenidos de la encuesta a los productores de espárrago fresco de la Asociación del centro poblado Huaca Larga-Virú 2017.

La Figura 3.4. demuestra que el 100% de los productores tienen una permanencia en la asociación mayor a un año, por lo que se pudo observar que hay un óptimo nivel de confianza y compromiso en cada uno de ellos, lo que les permite resolver mejor sus gestiones, por ello, los mismos resaltaron que tienen disposición de continuar en la asociación debido a que han evidenciado una mejora en su producto, ya que al estar unidos pudieron tener una asistencia técnica como organización, lo que genera menores costos para todos.

Objetivo 2:

Analizar el aspecto técnico productivo de la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.



En la Figura 3.5. se muestra que dentro de las labores que realizan en la siembra para el producto que cultivan, el 100% de los productores hicieron mención, el arado, hoyado, surcado y regado de semilla, sin embargo, manifestaron que el estaqueado es para otro tipo de cultivo, como el maracuyá o las uvas, ya que las plantas cuelgan y las estacan son como un soporte.

Figura 3.6. Factores que limitan la producción

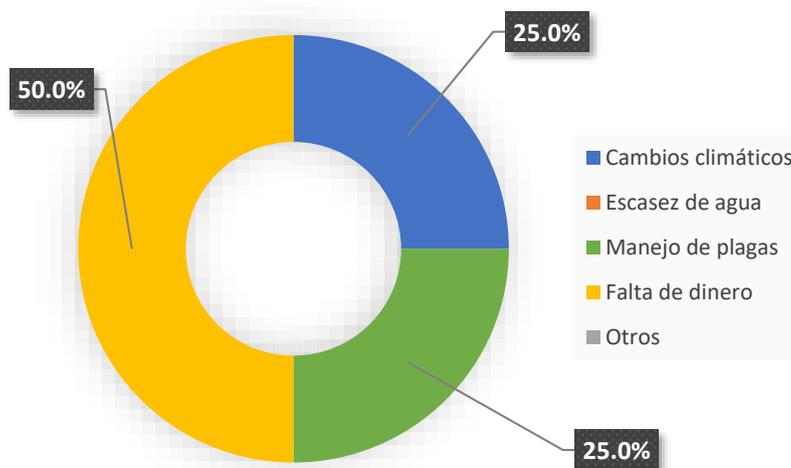


Figura 3.6. Datos obtenidos de la encuesta a los productores de espárrago fresco de la Asociación del centro poblado Huaca Larga-Virú 2017.

La Figura 3.6 indica que en cuanto a los factores que complican la producción, el 50% de los productores comentan que se debe a la falta de liquidez en determinadas ocasiones, sin embargo, un 25% afirma que es por los diversos cambios climáticos que se vienen presentando, y un último 25% sostiene que es por el manejo de plagas.

Figura 3.7. Control preventivo del cultivo

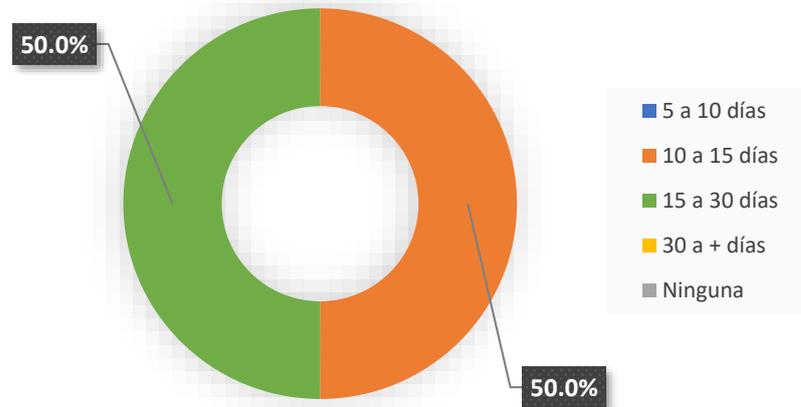
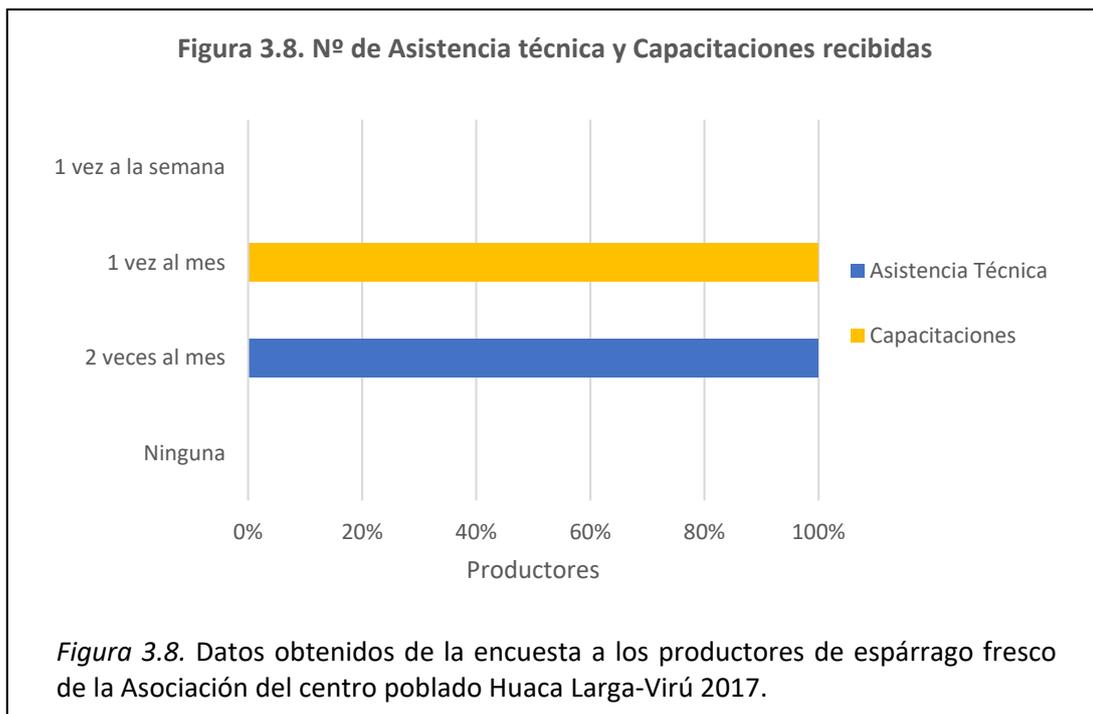


Figura 3.7. Datos obtenidos de la encuesta a los productores de espárrago fresco de la Asociación del centro poblado Huaca Larga-Virú 2017.

En la Figura 3.7. tal como se aprecia, un 50% de los productores manifestaron que al presentarse plagas ellos realizan un control preventivo de un periodo de 10 a 15 días, mientras que el otro 50% añadió que demora aproximadamente de 15 a 30 días dependiendo de la intensidad de la plaga.



La Figura 3.8. muestra que la totalidad de los productores de dicha asociación comentaron que reciben asistencia técnica 2 veces por mes en temas de prevención de plagas, manejo de pesticidas, programas de fertilización, aumento del volumen de producción y mejora del cultivo, así como también el 100% manifestó que reciben capacitaciones 1 vez por mes en temas de gestión, financiamiento y tendencias de mercado. Esto se debe a que ellos tienen un convenio con una organización que se encarga de brindarles este servicio.

Figura 3.9. Esquema de registro de costos de producción

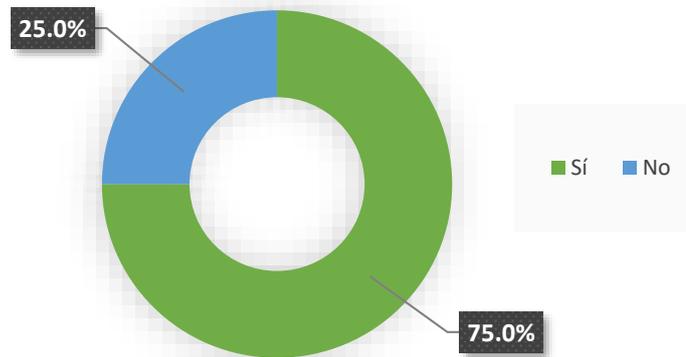


Figura 3.9. Datos obtenidos de la encuesta a los productores de espárrago fresco de la Asociación del centro poblado Huaca Larga-Virú 2017.

La Figura 3.9. indica que el 75% de los productores manifestó sí tener un esquema establecido que les permita registrar sus costos de producción para llevar un mejor control, sin embargo, un 25% comentó que no lo hacen de una manera estructurada, sino de forma desorganizada.

Objetivo 3:

Identificar la capacidad de producción de la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.

Tabla 3.1

Superficie, rendimiento y producción según productores de la Asociación

Productor	Superficie/Hectárea	Rendimiento estimado (tn/ha)	Producción estimada (tn)
1	1.25	18	22.5
2	1	5	5
3	1	5	5
4	2.5	10	25
5	2	13	26
6	4	15	40
7	1	5	5
8	1	10	100
Total	13.75	10.13	228.50

Nota: Los datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.

La Tabla 3.1 refleja que la asociación alcanza un volumen de producción estimado en 228.5tn en una superficie de 13.75ha, donde su rendimiento es de 10.13tn/ha.

Objetivo 4:

Analizar los requerimientos del mercado exterior para la oferta exportable.

Tabla 3.2

Certificaciones de calidad

Certificaciones de calidad	Productores
Fitosanitaria	0%
Buenas Prácticas Agrícolas	0%
Global GAP	0%
Fairtrade	0%
Ninguna	0%
Total	100%

Nota: Los datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.

La Tabla 3.2 muestra que los productores de la asociación no cuentan con ninguna certificación que pueda avalar su producto en el mercado internacional.

Tabla 3.3

Requisitos de acceso al mercado estadounidense

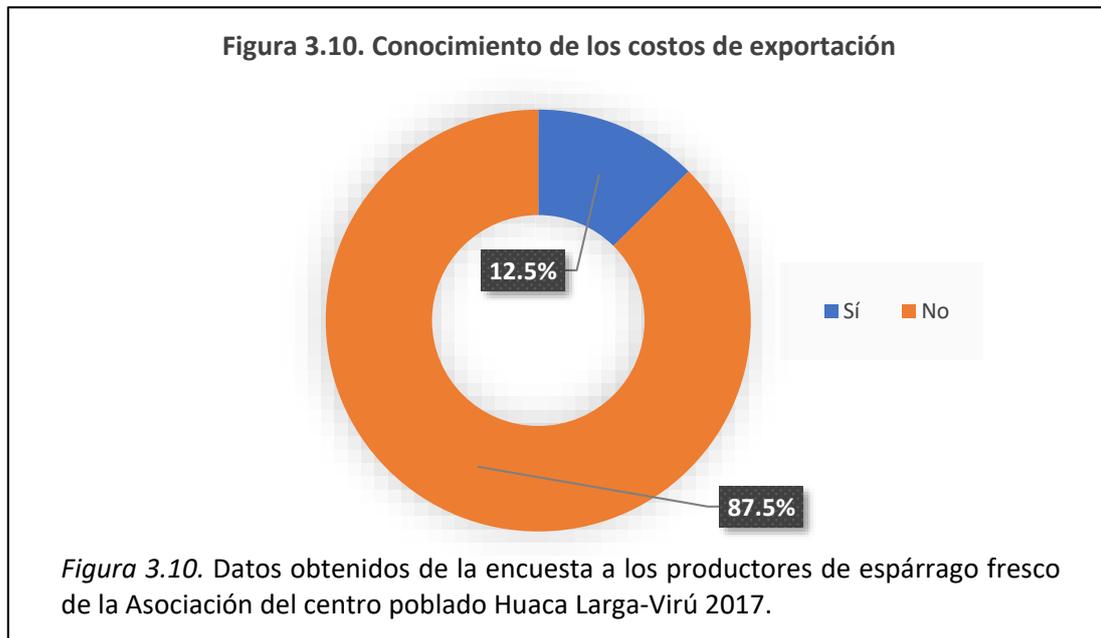
Requerimientos del mercado exterior EE. UU.	Descripción
Requisitos fitosanitarios	Exige certificado fitosanitario y tratamiento cuarentenario de las plantas y productos vegetales a exportar, donde se demuestre que han cumplido con el procedimiento oficial, el cual garanticen que estén libres de plagas.
Límites Máximos de Residuos	Verifican que se haya cumplido de manera tolerante con los residuos químicos utilizados para los productos que tengan acceso al país.
Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)	Certifica que el producto cultivado cumpla con los requisitos en la reducción de peligros microbianos en la inocuidad de alimentos en fresco.

Nota: Los datos fueron obtenidos del portal de SIICEX, donde se muestra lo que el mercado exterior solicita para exportar espárrago fresco al mercado estadounidense.

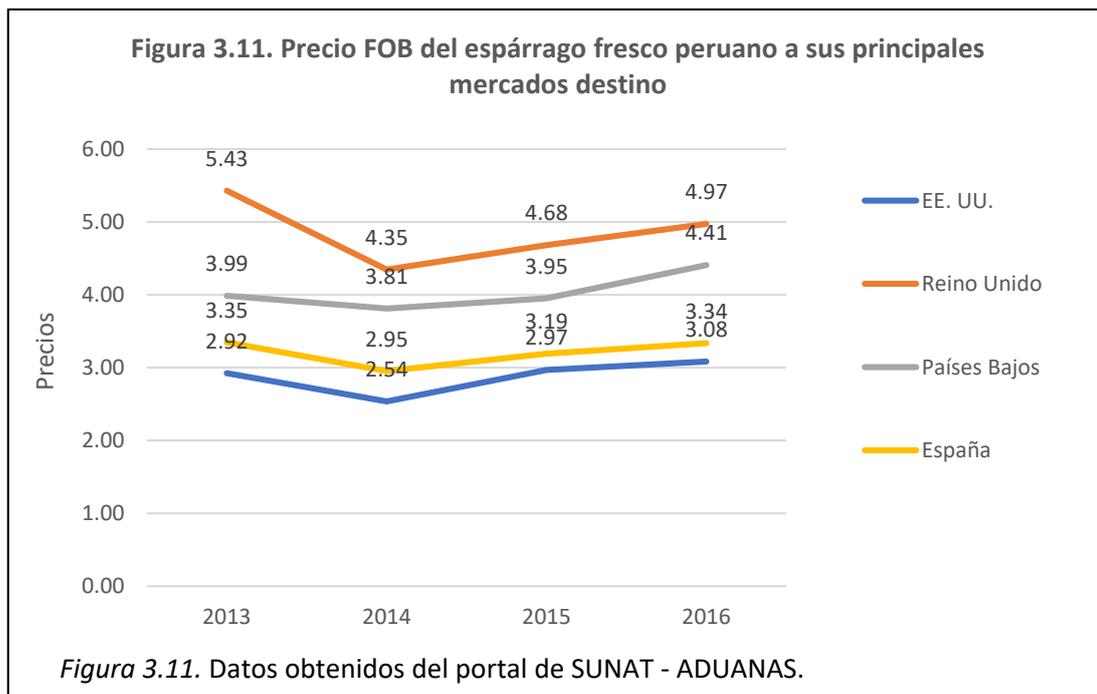
Entonces, antes de realizar cualquier operación de exportación es necesario que tanto los productores como las organizaciones dedicadas a brindarle diversos servicios a pequeñas asociaciones conozcan sobre las exigencias del mercado exterior, para evitar rechazos o detenciones de las exportaciones, dado el momento.

Objetivo 5:

Identificar los costos de exportación del mercado internacional



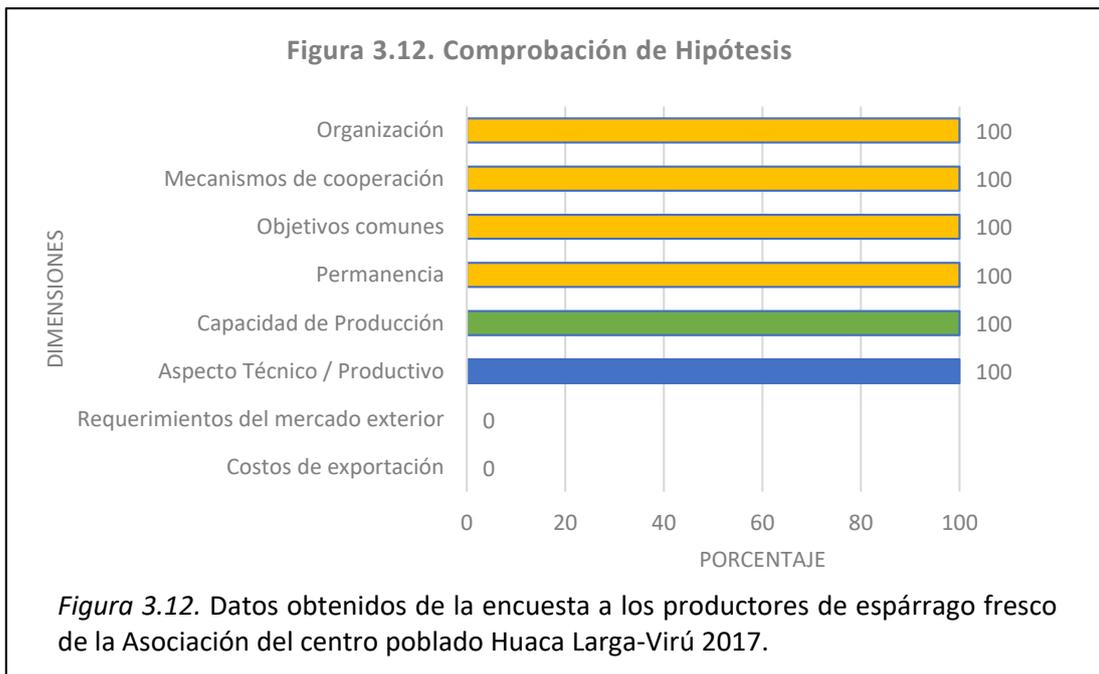
En la Figura 3.10. tal como se aprecia el 87.5% de los productores manifestaron no tener ningún conocimiento de los costos de exportación, y un 12.5% afirmó si conocer.



En la Figura 3.11. se muestran los precios de exportación en términos FOB de los principales mercados destino del espárrago peruano. Para lo cual en el año 2016 Estados Unidos importa a Perú con un precio FOB de S/.4.97; Reino Unido a S/.4.45; Países Bajos S/.3.34 y finalmente España con S/.3.08.

Por ello, es importante mencionar que el costo o precio de exportación se le define como el precio de venta en el cual el productor, fabricante u empresario recupera todos los costos de producción, administración, comercialización y financieros los cuales empleó en el producto exportado, además de incluir la utilidad que se espera tener.

Comprobación de hipótesis



La hipótesis diseñada fue: La asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable a través de la organización, mecanismos de cooperación, objetivos comunes y permanencia entre los miembros de la asociación, alcanzando así una capacidad de producción significativa para el mercado. Para lo cual el estudio determinó que ellos logran cumplir un modelo de asociatividad debido a que cuentan con las características presenciales de toda asociación, sin embargo, les falta cumplir con las exigencias del mercado, ya que no cuentan con ninguna certificación que pueda avalar su producto en el mercado exterior.

IV. DISCUSIÓN

IV. Discusión

El no contar con el volumen de producción y las certificaciones requeridas por el mercado exterior es considerado como una debilidad para los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga.

Por ello, esta investigación nace con el fin de que los pequeños productores aprovechen a la asociatividad como una oportunidad para viabilizar su oferta exportable y competir internacionalmente.

De los resultados de las características presentes de asociatividad mostrados en las Figura 3.1. a 3.4. arrojaron que un 75% de la población identificó que la importancia de estar organizados permite alcanzar metas comunes al trabajar asociativamente, además, un 37.5% manifestó que el mecanismo de cooperación más notorio en la asociación es la disminución de costos, ya que al estar agrupados pueden invertir en asistencia técnica, servicio difícil de conseguir como productores independientes. Así mismo, un 50% de los productores comentó que la expectativa de asociatividad de ellos se basó en recibir asistencia técnica y capacitaciones que ayuden con la mejora de su producto para acceder fácilmente a nuevos mercados que les permitan competir y generen mayores ingresos, lo que se ha podido obtener durante el tiempo de permanencia en la asociación.

Por lo cual se corrobora con lo afirmado por Lozano (2010) refiriendo que participar activamente en modelos de asociatividad exportadora conlleva a que las empresas puedan experimentar en diferentes contextos al local que le permiten medir y reconocer su verdadero nivel de productividad frente a otros competidores de terceros países; valorar su efectiva capacidad gerencial y organizacional para adaptarse a nuevos procesos de gestión que involucre trabajar a través de redes empresariales y no como empresa individual.

Del mismo modo, Flores (2013) manifestó que el mecanismo de cooperación de la asociatividad muchas veces pende por el nivel de capital social obtenido entre los posibles miembros, así como también de la cooperación, el compromiso, la confianza y reciprocidad de los mismos.

De esta manera, se corroboran los resultados obtenidos con la teoría, ya que las características presentes de la asociatividad implican tener de organización, mecanismos de cooperación, objetivos comunes y permanencia para lograr viabilizar su oferta exportable.

Por otro lado, al analizar el aspecto técnico productivo de la asociación en la Figura 3.5. a 3.9. muestra que el 100% de los productores tienen conocimiento en las labores de siembra, así mismo, el 50% de ellos hacen referencia que los factores que complican la producción depende de la falta de financiamiento en muchas ocasiones. Además, para el control preventivo de su cultivo los agricultores realizan manejo de plagas durante un periodo aproximado de 15 a 30 días dependiendo de la intensidad de la plaga. Para ello, la totalidad de la asociación recibe capacitaciones y asistencia técnica constante, la primera de ellas 1 vez al mes y la segunda 2 veces por mes.

Lo cual se ratifica con lo sustentado por el IICA (2013) el cual expresó que los productores en mediana y pequeña escala tienen poco o ningún acceso a tecnologías, bajos estándares de calidad, escaso poder de negociación y dificultades para acceder a créditos convencionales o financiamientos por parte del estado, debido a la falta de información y capacitación integral; no obstante el beneficio de estar asociado conlleva a menores costos de insumos por la escala que se forma, así como también mayor posibilidades de acceder a capacitaciones o asistencia técnica, que de una forma individual no podrían pagar.

Por tanto, se deduce que, una asociación bien conformada en gran medida es gracias al apoyo que reciben de los especialistas que les brindan la asistencia técnica y capacitaciones para darle un buen manejo a su campo.

En cuanto a la identificación de la capacidad de producción de los pequeños productores de Huaca Larga, la Tabla 3.1 refleja que la asociación alcanza un volumen de producción estimado en 228.5tn en una superficie de 13.5ha, donde su rendimiento es de 10.3tn/ha., el cual demuestra que como asociación logra obtener una oferta exportable más tentativa a la que conseguirían como agricultores independientes.

A su vez el IICA (2013) hizo mención que al mejorar su oferta obtienen mayor poder de negociación y mayor presencia en los mercados, logros que se derivan de una oferta superior en volumen, calidad y homogeneidad, cosa difícil de lograr para un pequeño productor, por la escala a la que trabaja.

Por consiguiente, la información se corrobora con lo que expone el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2013), ya que se alcanza una mayor oferta al mercado exterior estando asociados, porque se genera un volumen de producción más apropiado para el exterior.

En lo que respecta a los requerimientos del mercado exterior, la Tabla 3.2 muestra que los productores de la asociación no cuentan con ninguna certificación que pueda avalar su producto en el mercado internacional. Sin embargo, en la Tabla 3.3 el SIICEX (2015) refiere que, dentro de los requisitos de acceso al mercado exterior, específicamente Estados Unidos se necesita de certificación fitosanitaria y tratamiento cuarentenario en caso sea necesario, así como también de cumplir con los límites Máximos de Residuos y las Buenas Prácticas Agrícolas.

Es necesario que, antes de realizar cualquier operación de exportación los productores como las organizaciones dedicadas a brindar diversos servicios a pequeñas y medianas asociaciones conozcan sobre las exigencias del mercado exterior, para evitar rechazos o detenciones de las exportaciones, dado el momento.

Para la identificación de los costos de exportación, en la Figura 3.10. el 87.5% de los productores manifestaron no tener ningún conocimiento de los costos de exportación. Además, en la Figura 3.11. se refleja los precios de exportación en términos FOB de los principales mercados destino del espárrago peruano. Para lo cual en el año 2016 Estados Unidos importa a Perú con un precio FOB de S/.4.97; Reino Unido a S/.4.45; Países Bajos S/.3.34 y finalmente España con S/.3.08.

Según MINCETUR (2013) afirmó que, para fijar un precio de exportación se toman en cuenta todos los factores que involucren producir y llevar el bien o servicio hasta donde lo requiera el cliente.

Por tanto, el precio de exportación es el precio de venta en el cual el productor, fabricante u empresario recupera todos los costos de producción, administración, comercialización y financieros los cuales empleó en el producto exportado, además de incluir la utilidad que se espera tener.

Finalmente, los conocimientos adquiridos de la investigación servirán como un instrumento a los pequeños productores que decidan acceder a mercados internacionales de forma directa y aprovechen a la asociatividad como una oportunidad para generar una oferta exportable y competir internacionalmente.

V. CONCLUSIONES

V. Conclusiones

- 5.1.** Las características presentes de asociatividad fueron analizadas, y el 75% de la población manifestó que la importancia de estar organizados resalta en alcanzar metas comunes al trabajar asociativamente, así mismo un 37.5% declaró que el mecanismo de cooperación más notorio en la asociación es la disminución de costos, ya que al estar agrupados pueden invertir en asistencia técnica, servicio difícil de conseguir como productores independientes. Además, un 50% de los productores comentó que la expectativa de asociatividad de ellos se basó en recibir asistencia técnica y capacitaciones que ayuden con la mejora de su producto para acceder fácilmente a nuevos mercados que les permitan competir y generen mayores ingresos, lo que se ha podido obtener durante el tiempo de permanencia en la asociación (Figura 3.1. a 3.4.).
- 5.2.** El aspecto técnico productivo de la asociación fue analizado en donde el 100% de los productores tienen conocimiento en las labores de siembra, además, el 50% de ellos hacen referencia que los factores que complican la producción se debe la falta de financiamiento en muchas ocasiones. Así mismo, para el control preventivo de su cultivo los agricultores realizan manejo de plagas durante un periodo aproximado de 15 a 30 días dependiendo de la intensidad de la plaga. Para lo cual, la totalidad de la asociación recibe capacitaciones y asistencia técnica constante, la primera de ellas 1 vez al mes y la segunda 2 veces por mes (Figura 3.5. a 3.9).
- 5.3.** Se identificó la capacidad de producción de los pequeños productores de Huaca Larga, en el cual se definió un volumen de producción estimado en 228.5tn en una superficie de 13.5ha, donde su rendimiento es de 10.3tn/ha., el cual demuestra que como asociación logra obtener una oferta exportable más tentativa a la que conseguirían como agricultores independientes (Tabla 3.1).
- 5.4.** Se analizaron los requerimientos del mercado exterior, y el 100% de la asociación reveló no contar con ninguna certificación que pueda avalar su producto en el mercado internacional (Tabla 3.2).

- 5.5.** Posteriormente, se identificó que el 87.5% de los productores de la asociación manifestó no tener conocimiento de los costos de exportación, y un 12.5% afirmó si conocer. (Figura 3.10.).
- 5.6.** Finalmente, al analizar la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco se determinó que puede viabilizar su oferta exportable a través de la organización, mecanismos de cooperación, objetivos comunes y la permanencia de sus miembros en la asociación.

VI. RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

Al presidente de la asociación se recomienda:

- 6.1.** La única manera de viabilizar la oferta exportable de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga es que cada uno de los miembros de la asociación cumplan con las características de asociatividad (organización, mecanismos de cooperación, objetivos comunes y permanencia de asociación).
- 6.2.** Para el aspecto técnico productivo la asociación debería aumentar el número de veces que reciben capacitaciones y asistencia técnica para tener un mejor seguimiento de sus campos de cultivo, a través de consultores u especialistas que contribuyan con el rendimiento de producción y les permita crear mayor poder de negociación.
- 6.3.** La asociación fortalecer su volumen de producción, por medio de la instalación de nuevas hectáreas para la siembra de espárrago y lograr obtener una oferta exportable más tentativa para el mercado internacional.
- 6.4.** En lo que respecta a los requerimientos del mercado la asociación deberá cumplir con las exigencias solicitadas para poder que el mercado internacional valide su producto como de calidad y confiable para su consumo.
- 6.5.** Así mismo, solicitar a la empresa u organización con la que tienen convenio que les brinden capacitaciones respecto a temas de costos de exportación para que en un futuro cuando decidan exportar no sean engañados y se consideren como un proveedor competitivo en el mercado.

A futuros investigadores se recomienda:

- 6.6.** Realizar una investigación de diseño explicativa en la que se puedan contrastar cada una de las variables.

VII. REFERENCIAS

VII. Referencias

- Armstrong G. & Kotler P. (2013). *Fundamentos de marketing*. (11va Ed.). México. PEARSON EDUCACIÓN.
- Cabello M. & Cabello J. (2012). *Las aduanas y el comercio internacional*. (3ra Ed.) España. ESIC EDITORIAL.
- CAME (s.f.) Factores a considerar para exportar. Recuperado de <http://redcame.org.ar/comex/factores.php3>.
- CEI (2010). ASOCIATIVIDAD. Recuperado de http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf.
- Fischer L. & Espejo J. (2011). *Mercadotecnia*. (4ta Ed.). México. Mc Graw Hill.
- Daniels J., Radebaugh L. & Sullivan D. (2013). *Negocios Internacionales*. (14a Ed.) México. PEARSON EDUCACIÓN.
- Flores L. (2013). *Propuesta para el desarrollo económico y social de los productores de café del Distrito de Kañaris – Ferreñafe*. Perú. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Gerencia Regional de Agricultura La Libertad. Precio en chacra de espárrago y en planta agroindustrial. Recuperado de <http://www.agrolalibertad.gob.pe/?q=node/151>.
- IEDGE (2017). Factores que influyen en la selección de mercados internacionales. Recuperado de <http://www.iedge.eu/eduardo-liberos-factores-influyen-en-la-seleccion-de-mercados-internacionales>.
- IICA (2013). Orientaciones Estratégicas para el fortalecimiento de la Gestión Asociativa. Recuperado de <http://www.iica.int/sites/default/files/publications/files/2015/b3246e.pdf>.
- Lozano F. (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*, vol.5 no.2. Recuperado de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007.

Magnazo C. & Orchansky C. (2007). *Estrategias Asociativas para Micro y Pequeñas Empresas*. (1era Ed.). Argentina.

Minagri (s.f). *Definición de Oferta exportable*. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/quedemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>.

MINCETUR (2014). *Texto educativo de Comercio Exterior*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf.

Pymex (2011) Exportaciones: ¿Cómo identificar y aprovechar una ventana comercial? Recuperado de <https://pymex.pe/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/exportaciones-icomo-identificar-y-aprovechar-una-ventana-comercial>.

PROMPERÚ (2013) Guía N°12 Asociatividad para el Comercio Exterior. Recuperado de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Orrala H. (2013). *Plan de asociatividad para la Asociación de agricultores ASODAGRI San Marcos, de la Comuna San Marcos, Provincia Santa Elena, año 2013*. Ecuador. Universidad Estatal Península Santa Elena.

Rosas R. (2009). *Manual de importación y exportación – TLCs*. (1era Ed.). Perú. Entrelíneas S.R. Ltda.

SIICEX (2015). Regulaciones por país a exportar. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=709.69200>.

VIII. ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título del trabajo de investigación	Asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable, 2017
Problema	¿Cómo la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable?
Hipótesis	La asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable a través de la organización, mecanismos de cooperación, objetivos comunes y permanencia
Objetivo general	Analizar si la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable, 2017.
Objetivos específicos	<p>O1. Analizar las características presenciales de la asociatividad en los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.</p> <p>O2. Analizar el aspecto técnico productivo de la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.</p> <p>O3. Identificar la capacidad de producción de la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú.</p> <p>O4. Analizar los requerimientos del mercado exterior para la oferta exportable.</p> <p>O5. Identificar los costos de exportación del mercado internacional.</p>
Diseño del estudio	No experimental, transversal descriptiva
Población y muestra	<p>Población:</p> <p>La población que abarca esta investigación está conformada por los pequeños productores de espárrago fresco de la “Asociación de productores agroexportadores con riego tecnificado Huaca Larga”.</p> <p>Muestra:</p> <p>Dado que el número de productores que conforman la asociación es mínimo se consideró como muestra a los ocho pequeños productores pertenecientes a la Asociación de productores agroexportadores con riego tecnificado Huaca Larga.</p>
Variables	Asociatividad y Oferta exportable

ENCUESTA A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE ESPÁRRAGO FRESCO DEL
CENTRO POBLADO HUACA LARGA-VIRÚ

Buenos días/tardes/noches. La presente encuesta se realiza con el fin de analizar si la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable.

Nombre del productor: _____

1. ¿Cuál es las ventajas de trabajar organizadamente en una asociación?
 1. Coordinar y distribuir tareas
 2. Alcanzar metas comunes
 3. Tener menor trabajo
 4. Solo 1 y 2
 5. Ninguna
2. ¿Qué mecanismos de cooperación se dan en la asociación?
 1. Reducción de costos
 2. Mayor volumen de ventas
 3. Promoción de su producto
 4. Solo 1 y 2
 5. Ninguna
3. ¿Qué es lo que usted esperó conseguir al ingresar a la asociación?
 1. Mejorar su producto
 2. Capacitaciones constantes y asesoría agrícola
 3. Fácil acceso a nuevos mercados
 4. Mayores ingresos
 5. Todas
4. ¿Aproximadamente hace cuánto tiempo se encuentra asociado?
 1. - de 1 año
 2. 1 año
 3. + de 1 año
5. ¿Qué labores realiza para la siembra?
 1. Arado
 2. Hoyado
 3. Surcado
 4. Regado de semilla
 5. Estaqueado

6. ¿Qué factores considera los más complicados en la producción?
 1. Cambios climáticos
 2. Escasez de agua
 3. Manejo de plagas
 4. Falta de dinero
 5. Otros
7. ¿Con qué frecuencia hace control preventivo?
 1. 5 a 10 días
 2. 10 a 15 días
 3. 15 a 30 días
 4. 30 a + días
 5. Ninguna
8. ¿Cada cuánto tiempo recibe asistencia técnica y capacitaciones?
 1. 1 vez a la semana
 2. 1 vez al mes
 3. 2 veces al mes
 4. Ninguna
9. ¿Tiene algún esquema establecido para registrar sus costos de producción?
 1. Sí
 2. No
10. ¿El área de su campo de cultivo es de?
11. ¿Cuántas toneladas en promedio produce por hectárea en una campaña?
12. ¿Tiene alguna certificación de calidad?
 1. Fitosanitaria
 2. Buenas Prácticas Agrícolas
 3. Global GAP
 4. Fairtrade
 5. Ninguna
13. ¿Conoce los costos de exportación?
 1. Sí
 2. No

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú para viabilizar su oferta exportable, 2017		
DIMENSIÓN / INDICADOR	SITUACIÓN	FUENTE
Requerimientos del mercado exterior / Calidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Requisitos fitosanitarios - Límites Máximos de Residuos - Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) 	<ul style="list-style-type: none"> - SIICEX - SENASA - IPEH
Costos de exportación / Precios de exportación	Precio FOB	SUNAT - ADUANAS

OBSERVACIONES:

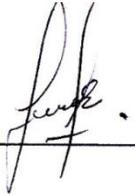
FIRMA:



FECHA DE REVISIÓN

OBSERVACIONES:

FIRMA:



A handwritten signature in black ink is written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be a name followed by a period.

FECHA DE REVISIÓN

OBSERVACIONES:

FIRMA:



FECHA DE REVISIÓN

**Cuestionario a los a los pequeños productores de espárrago fresco del
centro poblado Huaca Larga-Virú**

Ficha Técnica

Autor: Loje López, Laura Liliana

Procedencia: Perú

Año: 2017

Versión: Originalidad en versión español

Duración: 5 a 10 min aproximadamente

Objetivo: Analizar si la asociatividad de los pequeños productores de espárrago fresco del centro poblado Huaca Larga-Virú puede viabilizar su oferta exportable.

Dimensiones:

- Características de la Asociatividad
- Aspecto Técnico / Productivo
- Capacidad de Producción
- Requerimientos del mercado exterior
- Costos de exportación del mercado internacional

FOTOGRAFÍAS:

