

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios
Internacionales

Tesis

**Relación de la asociatividad y la capacidad
exportadora de las empresas productoras de
cacao de la provincia de Satipo, región Junín, 2022**

Melany Felicia De La Cruz Yaurivilca

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa

DE : Mg. Miguel Angel Capuñay Reátegui
Asesor de trabajo de investigación

ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación

FECHA : 3 de Junio de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

RELACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CACAO DE LA PROVINCIA DE SATIPO, REGIÓN JUNÍN, 2022

Autor(es):

1. Melany Felicia De La Cruz Yaurivilca – EAP. Administración y Negocios Internacionales

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 20 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO

- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores SI NO
Nº de palabras excluidas **(40)**:

- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original

(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

Asesor:

Mg. Miguel Angel Capuñay Reátegui

0000-0002-7205-7765

DEDICATORIA

Dedico el actual estudio a mi hermano y mis padres quienes siempre me motivan y me dan valor para seguir adelante para ser mejor cada día de manera personal y profesional; por siempre acompañarme y confiar en las decisiones que tomo y darme el valor para ir tras mis metas.

Melany Felicia De La Cruz Yaurivilca

AGRADECIMIENTOS

A mi hermano y mis padres, por ser el soporte que tenía cuando necesitaba motivación, por el amor y la confianza que me mostraron mientras trabajo por mis metas y objetivos; por sus consejos, los valores y principios inculcados a lo largo de mi vida. Agradezco a mis amigos más cercanos que me brindaron apoyo cuando lo necesitaba y siempre estuvieron conmigo.

A mí asesor, Mg. Miguel Ángel Capuñay Reátegui, por el apoyo constante que brindó y ser mi guía para completar un trabajo de investigación en excelencia.

A la carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental, a los docentes que estuvieron durante todo mi proceso universitario; agradezco los consejos y la guía que me impartieron para que pueda concluir mis estudios de manera exitosa y pueda ser una profesional competente.

Melany Felicia De La Cruz Yaurivilca

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Delimitación de la investigación.....	1
1.1.1. Espacial.....	2
1.1.2. Temporal.....	2
1.1.3. Conceptual.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Formulación del problema.....	15
1.3.1. Problema general.....	15
1.3.2. Problemas específicos.....	15
1.4. Objetivos de la investigación.....	15
1.4.1. Objetivo general de la investigación.....	16
1.4.2. Objetivos de la investigación específicos.....	16

1.5	Justificación de la investigación.	17
1.5.1	Justificación teórica.	17
1.5.2	Justificación práctica.	17
1.5.3	Justificación metodológica.	18
CAPITULO II.....		19
MARCO TEÓRICO		19
2.1.	Antecedentes de la investigación.....	19
2.1.1.	Antecedentes internacionales.	19
2.1.2.	Antecedentes nacionales.....	27
2.2.	Bases teóricas	34
2.2.1.	Asociatividad.....	34
2.2.1.1	Definición.....	34
2.2.1.2.	Características de la asociatividad.....	35
2.2.1.3.	Importancia de la asociatividad.....	36
2.2.1.4.	Beneficios de la asociatividad.....	37
2.2.1.5.	Objetivos de la asociatividad.....	38
2.2.1.6.	Tipos de la asociatividad.....	39
2.2.1.7.	Proceso del desarrollo de la asociatividad.....	42
2.2.2.	Capacidad exportadora.	43
2.2.2.1.	Definición.....	43
2.2.2.2.	Ecuación para medir el indicador de capacidad exportadora.	44
2.2.2.3.	Desarrollo exportador.....	45
2.3.	Definición de términos básicos.....	46

CAPÍTULO III	48
HIPÓTESIS Y VARIABLES	48
3.1. Hipótesis	48
3.1.1. Hipótesis general.	48
3.1.2. Hipótesis específicas.	48
3.2. Identificación de variables.....	49
3.2.1. Análisis de la variable independiente: Asociatividad.....	50
3.2.1.1 Dimensiones de la variable asociatividad.	51
3.2.1.1.1. Dimensión 1: Estructural.....	51
3.2.1.1.2. Dimensión 2: Relacional.....	53
3.2.1.1.3. Dimensión 3: De recursos.....	55
3.2.2. Análisis de la variable dependiente: Capacidad exportadora.	57
3.2.2.1. Dimensiones de la variable capacidad exportadora.	59
3.2.2.1.1 Dimensión 1: Producto.	59
3.2.2.1.2 Dimensión 2: Gestión empresarial.....	60
3.2.2.1.3 Dimensión 3: Gestión de logística y mercados internacionales...	62
3.2.2.1.4 Dimensión 4: Gestión financiera.	65
3.3. Operacionalización de Variables	68
CAPÍTULO IV	70
METODOLOGÍA	70
4.1. Enfoque de la investigación.....	70
4.2. Tipo de investigación.....	70
4.3. Nivel de investigación	71

4.4. Método de investigación.....	71
4.5. Diseño de investigación.....	72
4.6. Población y muestra.....	72
4.6.1. Población.....	72
4.6.2. Muestra.....	74
4.6.2.1. Unidad de análisis.	74
4.6.2.2. Tamaño de la muestra.	74
4.6.2.3. Selección de la muestra.	74
4.7. Técnicas.....	75
4.8. Instrumento.....	75
4.9. Técnicas estadísticas de análisis de datos.....	75
4.9.1. Confiabilidad.....	75
4.9.2. Validez.	78
CAPÍTULO V.....	80
RESULTADOS	80
5.1. Descripción del trabajo de campo.	80
5.2. Presentación de resultados.....	80
5.2.1. Variable independiente asociatividad.....	80
5.2.1.1. Dimensión estructural	82
5.2.1.2. Dimensión relacional.....	83
5.2.1.3. Dimensión recursos.....	84
5.2.2. Variable capacidad exportadora.....	85
5.2.2.1. Dimensión producto.....	86

5.2.2.2.	Dimensión gestión empresarial.....	87
5.2.2.3.	Dimensión gestión logística.....	89
5.2.2.4.	Dimensión gestión financiera.....	90
5.2.3.	Prueba de normalidad.....	91
5.2.4.	Prueba de hipótesis.....	93
5.2.4.1.	Prueba de hipótesis general.....	93
5.2.4.2.	Prueba de hipótesis específicas.....	94
5.3.	Contrastación de resultados.....	99
CONCLUSIONES.....		102
RECOMENDACIONES.....		104
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		108
ANEXOS.....		121
Anexo 01. Matriz de Consistencia.....		121
Anexo 02 Instrumento de Investigación.....		122
Anexo 03.....		124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones de cacao en grano 2022 - 2021	11
Tabla 2 Exportaciones de cacao mundiales / Perú 2018 – 2022	12
Tabla 3 Beneficios de la asociatividad	38
Tabla 4 Identificación de variables.....	49
Tabla 5 Riesgos básicos del comercio exterior	58
Tabla 6 Operacionalización de la variable independiente	68
Tabla 7 Operacionalización de la variable dependiente	69
Tabla 8 Empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo	73
Tabla 9 Escala de interpretación de coeficiente de confiabilidad.....	75
Tabla 10 Confiabilidad del instrumento - variable I.....	76
Tabla 11 Confiabilidad del instrumento según ítems - variable I.....	77
Tabla 12 Confiabilidad del instrumento - variable II	77
Tabla 13 Confiabilidad del instrumento según ítems - variable II	78
Tabla 14 Información de la variable asociatividad.....	80
Tabla 15 Información de la dimensión estructural	82
Tabla 16 Información de la dimensión relacional	83
Tabla 17 Información de la dimensión recursos.....	84
Tabla 18 Información de la variable capacidad exportadora.....	85

Tabla 19 Información de la dimensión producto.....	86
Tabla 20 Información de la dimensión gestión empresarial.....	87
Tabla 21 Información de la dimensión gestión logística.....	89
Tabla 22 Información de la dimensión gestión financiera	90
Tabla 23 Prueba de la hipótesis general mediante R de pearson.....	93
Tabla 24 Prueba de la hipótesis específica 1 mediante R de Pearson	95
Tabla 25 Prueba de la hipótesis específica 2 mediante R de Pearson	97
Tabla 26 Prueba de la hipótesis específica 3 mediante R de Pearson	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución de las exportaciones peruanas la última década	6
Figura 2 Variación en las exportaciones de productos agrícolas no convencionales de enero a junio (en millones de dólares estadounidenses).....	8
Figura 3 Agroexportaciones no tradicionales: principales destinos entre enero y junio de 2022	9
Figura 4 Principales mercados para la exportación de cacao en 2022	10
Figura 5 Precio entre producción y precio de venta de cacao, provincia de Satipo	13
Figura 6 Variables del capital estructural	52
Figura 7 Variables del capital relacional	54
Figura 8 Desarrollo de producto.....	60
Figura 9 Actividades fundamentales desarrolladas en la gestión administrativa	62
Figura 10 Esquema simplificado de la red logística.....	64
Figura 11 Funciones básicas de la logística.....	65
Figura 12 Funciones de la gestión financiera	67
Figura 13 Modelo de Gestión Financiera	67
Figura 14 Porcentaje de los datos de la variable asociatividad	81
Figura 15 Porcentaje de los datos de la dimensión estructural.....	82
Figura 16 Porcentaje de los datos de la dimensión relacional	83
Figura 17 Porcentaje de los datos de la dimensión cooperación asociada	84

Figura 18 Porcentaje de los datos de la capacidad exportadora	86
Figura 19 Porcentaje de los datos de la dimensión producto	87
Figura 20 Porcentaje de los datos de la dimensión gestión empresarial	88
Figura 21 Porcentaje de los datos de la dimensión gestión logística.....	89
Figura 22 Porcentaje de los datos de la dimensión gestión financiera	90

RESUMEN

El objetivo general del actual estudio fue “determinar qué relación existe entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022”. El enfoque de la investigación es cuantitativo, aplicado, de alcance, el enfoque general es realizar investigaciones transversales (transversal) y correlacional-causal en diseños de estudios no experimentales. Realizamos muestras probabilísticas estratificadas de 10 entidades con base en las informaciones proporcionadas por la región macrocentral de PROMPERÚ. La técnica de recojo de data fue una encuesta y como instrumento se empleó un cuestionario que consta de 20 preguntas, 10 preguntas por cada variable de indagación. La encuesta fue en formato digital con interrogantes cerradas tipo Likert de 5 niveles. La validez econométrica de este instrumento se determinó mediante juicios de confiabilidad realizados por dos expertos en negocios internacionales, se utilizó como método de cálculo el alfa de Cronbach y para cada variable se obtuvo 0.926 y 0.811, así como el coeficiente R de Pearson (0.900) y p- valor (0.000) con un nivel de confiabilidad del 95%. Finalmente, los resultados del estudio demuestran la verificación de la hipótesis general, es decir, “existe relación directa y significativa entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao establecidas en la provincia de Satipo, región Junín, año 2022”.

Palabras clave: Asociatividad, cacao, capacidad exportadora, potencial exportador, internacionalización.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the connection among associativity besides the exportation ability of cocoa manufacturing corporations in the province of Satipo in the Junín region, year 2022. The investigate method stood quantitative, applied, correlational in scope; the all-purpose process remained scientific explore, below a non-experimental explore project, transectional (cross-section) besides correlational-causal kind. We operated through a stratified probabilistic example of 10 establishments based on the data providing by PROMPERÚ Central Macro Region. The system applied was the review besides the device castoff was a form collected of 20 interrogations, 10 aimed at apiece study variable. The review was practical in digital presentation, fastened Likert-type interrogations by 5 stages. The dimension validity of the device stood resolute thru expert decision of two authorities in global commercial; for consistency, Cronbach's alpha stood practical as a control method, gaining 0.926 besides 0.811 aimed at apiece variable. The Pearson R coefficient (0.900) besides the p-value (0.000) remained too gotten, through a 95% confidence level. Lastly, the examine stays decided consuming established the proof of its general proposition, that is, here is a direct besides significant association among associativity besides the exportation capacity of cocoa manufacturing businesses established in the province of Satipo, Junín region, year 2022.

Key words: Associativity, cocoa, export capacity, export potential, internationalization.

INTRODUCCIÓN

Las propiedades nutricionales y vitamínicas propias del cacao siguen siendo el atractivo para que la demanda mundial por este producto siga incrementándose. Su uso es multivariado pudiendo utilizarse en la industria chocolatera, farmacéutica, de repostería y pastelería y tantas otras innumerables de mencionar. En el Perú existen muchas áreas tropicales que permiten el cultivo y cosecha del cacao entero. La provincia de Satipo ubicada en la ceja de selva del Perú es una de las provincias privilegiadas que cuentan con el clima y tierras apropiados para la producción del cacao y en dicha provincia existen cientos de productores que lo cultivan y cosechan.

Esta actividad la realizan dichos productores; algunos de ellos agrupados entre sí en el marco de asociaciones y cooperativas, empero, la gran mayoría no; carece de estrategias empresariales que les permita dar el gran salto a la internacionalización; es decir, dedicarse a la actividad exportadora. Para ello, las asociaciones ya existentes necesitan contar con las competencias suficientes que les permitan ser más competitivos y así, incursionar en la actividad exportadora y es que, dedicarse a esta actividad no es sencillo. Para que una entidad se dedique a actividades exportadoras, este debe ser un requisito básico, pero no es fácil de establecer, y en este estudio se muestran tanto asociaciones como compañías productoras de cacao en la localidad de Satipo; darse cuenta de que no lo tienen.

Ahora bien, cabría interrogarse, ¿Por qué estas empresas o asociaciones ya existentes no tienen dicha capacidad? Pueden existir varios motivos y componentes que posibilitan las capacidades exportadoras y una de ellas puede ser la asociación o; en cualquier caso, mejorar el modelo asociativo ya existente. Por lo tanto, la problemática

de estudio es ¿Qué relación existe entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo, región Junín, en el año 2022? Según se determina, las entidades que hoy producen cacao para los mercados locales o abastecen a entidades exportadoras podrán de esta manera fortalecer sus capacidades exportadoras mediante una serie de recomendaciones reflejadas en las estrategias desarrolladas e implementadas para poder realizar con éxito la exportación, actividades propias, de su región y de todo el país para el bien.

Esta investigación consta de cinco capítulos. El capítulo I introduce el planteamiento y formulación de la problemática de estudio, define los objetivos, desarrolla la justificación e importancia de la investigación y sus límites. El Capítulo II, por su parte, contiene los antecedentes nacionales e internacionales del estudio, los fundamentos teóricos que sustentan las variables y la definición de las condiciones básicas del acuerdo. El capítulo III, por su parte, presenta las hipótesis, las dimensiones de las variables y su funcionamiento. El capítulo IV desarrolla los enfoques, tipos, niveles, métodos y estructuras del estudio. Finalmente, el Capítulo V define la población, muestra, técnica y herramientas de recojo de data; esta sección también analiza los resultados de las variables y su relación, prueba las hipótesis y presenta las discusiones de los resultados. Por último, se presentan conclusiones y recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos relevantes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Arias (2021) menciona que el planteamiento del problema se entiende como “la fase inicial de toda investigación científica; en este apartado se concentra la idea principal de la investigación y el motivo que llevó a estudiar dicho tema; es lo que el investigador es capaz de observar” (pp. 2 -3). A su vez, Quintana (2008, como se citó en Arias, 2020) asevera que el planteamiento de la problemática es como “el análisis crítico de un conjunto de hechos y conceptos, con el objetivo de descubrir una laguna o inconsistencia en el cuerpo de conocimiento de la disciplina” (p. 305). En base a las citas mencionadas, se puede afirmar que, al ser el primer paso, el planteamiento del problema es fundamental para el desarrollo del estudio; es aquí donde el investigador encuentra una incomodidad en la literatura acerca del tema y; en base a ello, determina el espacio temporal y físico donde se ha realizado el estudio del caso para dar solución al problema.

1.1. Delimitación de la investigación

Respecto a la delimitación de la indagación, Chaverri (2017) menciona que “todas las señales que delimitan una propuesta de investigación facilitan la planificación de un trabajo de campo más preciso en cuanto a la investigación empírica y, al mismo tiempo, proporcionan orientaciones sobre los contenidos del documento” (pp. 190-191). Por lo tanto, en esta sección se profundizará en el contexto espacial, temporal y conceptual que enmarcará el estudio presentado. Se examinará en detalle el entorno geográfico o físico donde se realizó la investigación, el período de tiempo abarcado por el estudio y los conceptos clave que orientaron el análisis e interpretación de los datos. Se ha intentado

ofrecer una comprensión completa del contexto de la investigación, lo que ha permitido contextualizar los hallazgos y las conclusiones obtenidas.

1.1.1. Espacial.

Esta investigación se realizó en Perú, específicamente en la provincia de Satipo, en la región de Junín. El estudio se centró en las empresas que producen y exportan cacao en esta área. Al enfocarse en estas empresas locales, la investigación proporciona una visión detallada de los desafíos y oportunidades que enfrenta el sector.

1.1.2. Temporal.

Este estudio abarca un período específico, desde agosto de 2022 hasta marzo de 2023, permitiendo un análisis detallado y contextualizado de los eventos y fenómenos observados. Este enfoque temporal delimitado facilita la identificación de tendencias, cambios y eventos significativos ocurridos durante ese intervalo. En este lapso, se han podido observar dinámicas y transformaciones importantes en el objeto de estudio, proporcionando una comprensión más precisa de su evolución y desarrollo.

1.1.3. Conceptual.

En esta investigación se conceptualizaron los aspectos relacionados con dos variables para determinar si existe una correlación entre ellas. Estas variables son: (a) la asociatividad y (b) la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao en la provincia de Satipo, región Junín.

En lo que respecta a la variable independiente, denominada asociatividad, se sustentan los marcos teóricos de algunos autores tales como, Mathews (2014) quien afirma que la asociatividad es “el esfuerzo de cooperación entre empresas cuyo objetivo es mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de sus miembros” (p. 4). De igual forma, los autores Parrales-Reyes *et al.* (2022) aseveran que “La asociatividad se

fundamenta en la complementariedad de recursos entre diversas empresas relacionadas, con el objetivo de lograr ventajas competitivas que no serían posibles de alcanzar de manera individual” (p. 2). En lo que respecta a la variable dependiente, la capacidad de exportación, de acuerdo con Paredes (2016), es “la habilidad de una empresa exportadora para gestionar de manera integral sus operaciones, fortaleciendo sus puntos fuertes y mitigando sus debilidades, con el fin de aprovechar las oportunidades del mercado internacional y contrarrestar las amenazas externas” (p. 8). Así mismo, según el Consorcio Jurídico Aduanero (2015, como se citó en Ayala y Ramos, 2021) definen a la capacidad exportadora como “la disposición de todos los miembros dentro de la organización para desempeñarse óptimamente, donde las empresas deben cumplir con los requisitos necesarios en un mercado internacional” (p. 36).

1.2. Planteamiento del problema.

Según Hernández y Olguín (2020), el planteamiento de la problemática “Implica refinar y formalizar la idea de investigación, abordando cinco componentes: justificación, objetivos, preguntas, viabilidad y evaluación de deficiencias” (p. 5). Por otro lado, según Bernal (2010) el problema de investigación es “todo lo que motive a ser comprendido, considerando que su solución sea beneficiosa; es decir, buscando una respuesta que resuelva un problema práctico o teórico” (p. 88). Basándonos en las citas previamente mencionadas, se examinaron las variables de la realidad problemática en este estudio.

En relación a la asociatividad, conceptualmente se entiende según Amézaga et al. (2013) que “la asociatividad se puede describir como una táctica de cooperación basada en los principios de confianza, compromiso, participación, liderazgo y comunicación” (p. 8). Asimismo, para Liendo y Martínez, (2001) la asociatividad es “un proceso de gran complejidad que engloba diversas oportunidades, pero que siempre busca

primordialmente unir esfuerzos para lograr el éxito colectivo” (p. 2). Así pues, la asociatividad representa una táctica en la que dos o más empresas optan por combinar sus recursos con el fin de mejorar su eficiencia en la gestión y producción de los bienes o servicios que elijan comercializar; de esta manera, aspiran a alcanzar una posición competitiva tanto en el mercado local como en el internacional.

La aparición de la asociatividad fue promovida por la globalización y la interdependencia de las economías a escala mundial, lo que resultó en un aumento del comercio y, al mismo tiempo, de la competitividad. Ante los nuevos desafíos surgidos de esta coyuntura internacional, las empresas optaron por unirse para hacerles frente. A nivel internacional, se pueden ver casos exitosos como CEDECARNE, la Asociación de Carnicerías y Charcuterías más grande de toda España, teniendo como principales objetivos la defensa de los derechos y los intereses de cada una de las organizaciones de la Asociación, y ayudándolos a través de proyectos de innovación para incrementar su competitividad en el mercado nacional y en los mercados internacionales.

Por otro lado, a nivel de Latinoamérica tenemos el caso de la Asociación hortifrutícola de Colombia (ASOHOFRUCOL), la cual, según Asohofrucol (2022), constituyen “una organización gremial y agroempresarial que representa los intereses de los productores hortifrutícolas colombianos” (párr. 1). Con respecto al caso del Perú, se tienen a diferentes asociaciones como la “Asociación de Productores de Cítricos del Perú” (PROCITRUS). Al respecto, Procitrus (2022) afirma que ellos son “una asociación civil sin fines de lucro, conformada por personas naturales y jurídicas productoras de cítricos del Perú. En la actualidad cuenta con 148 asociados que reúnen el 85% de las exportaciones del país” (párr. 1-2).

Así mismo; en Perú, se encuentran importantes asociaciones que desempeñan un papel fundamental en la representación y promoción de diversos sectores. Entre ellas, destaca la “Asociación de Exportadores” (ADEX), encargada de promover y representar los intereses de los exportadores peruanos. Asimismo, la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT) que se dedica a representar y promover los intereses de las agencias de viajes y turismo en el país. Por otro lado, la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) que agrupa a los principales bancos del país y trabaja en el desarrollo del sistema financiero peruano. En ese sentido, estas son solo algunas de las destacadas asociaciones presentes en Perú, las cuales contribuyen al crecimiento y desarrollo de sus respectivos sectores.

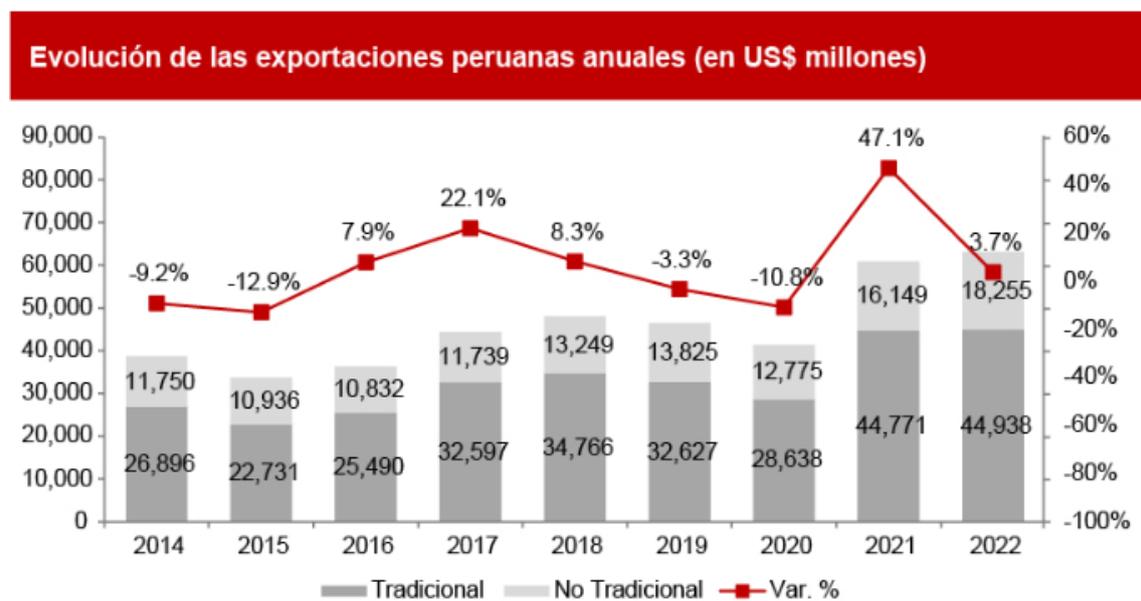
Con respecto a la variable dependiente de la investigación, esto es la capacidad exportadora, se debe señalar que, para Carbajal (2019) constituyen “las competencias o requisitos previos suficientes para que una empresa pueda desarrollar la actividad exportadora con éxito, esto es, en la evaluación de tal concepto, se debe reconocer factores tales como número de productos exitosos, geografía, número de mercados, etc.” (p. 71). Así mismo, Collis (1994, como se citó en Monreal, 2009) define la capacidad exportadora como “las habilidades o rutinas organizativas de la empresa que le permiten, basándose en su dotación de recursos, desarrollar de una forma eficiente sus funciones en los mercados de exportación” (p. 89). En síntesis, estas perspectivas resaltan la importancia de contar con las competencias y habilidades necesarias, así como la eficiencia en la gestión de recursos, para lograr una capacidad exportadora exitosa.

Por lo expuesto en las citas, se puede afirmar que la capacidad exportadora se entiende como la potencialidad que tiene una organización para realizar actividades de comercio exterior. Por ello, evaluar esta capacidad para cualquier empresa que desee

iniciar su proceso de internacionalización es fundamental; ya que es a través de esta evaluación se medirá el potencial de la organización y se debe tener presente cualquier posibilidad de mejora para limitar las debilidades e incrementar las fortalezas en el proceso de internacionalización. Dentro del contexto sudamericano, el Perú destaca como un país con un mercado agroindustrial robusto y con empresas exportadoras altamente exitosas en este ámbito. Este éxito se fundamenta en la amplia presencia de productos peruanos en diversos mercados internacionales, los cuales se caracterizan por su alta diversificación y calidad. La posición de liderazgo de Perú en este sector se debe a una combinación de factores, que incluyen la calidad de sus productos, la innovación en técnicas agrícolas y de procesamiento, así como la apertura a la internacionalización y la búsqueda activa de nuevos mercados. La diversificación de la oferta exportable peruana ha sido clave en su consolidación como un jugador relevante a nivel global.

Figura 1

Evolución de las exportaciones peruanas la última década



Nota. Tomado de ComexPerú (2023) “Exportaciones peruanas alcanzan récord histórico en 2022 con envíos por US\$ 63,193 millones”.

En base a la imagen arriba señalada se puede observar que, en el año 2022, las exportaciones peruanas han tenido el mejor rendimiento de la última década, por lo que se considera que, a pesar de las condiciones de la pandemia, los productos peruanos han continuado teniendo alta demanda en los mercados internacionales, entendiéndose principalmente que las exportaciones no tradicionales son pilar del comercio exterior del país. En cuanto a las exportaciones peruanas, según datos de ComexPeru (2023), los principales sectores del rubro tradicional mostraron lo siguiente: el sector minero registró envíos por un valor total de US\$ 35,069 millones, lo que implica una reducción del 7% en contraste con el anterior año. Por otro lado, el sector pesquero experimentó un aumento del 1.9%, alcanzando envíos por un valor de US\$ 2,381 millones, mientras que el sector agrícola experimentó un significativo incremento del 57.2%, con envíos por un valor de US\$ 1,335 millones. En el rubro no tradicional, el sector agropecuario presentó un valor exportado de US\$ 8,526 millones en 2022, lo que representa un aumento del 7.8% en comparación con el año anterior. Este valor representa el 46.7% del total de envíos del rubro. Por otro lado, el sector textil registró envíos por un valor de US\$ 1,882 millones, reflejando un incremento del 19.8% y el 10.3% del total. Los envíos de las industrias siderúrgica y metalúrgica ascendieron a 1.601 millones de dólares, un 8% y un 8,8% más, respectivamente. Finalmente, los envíos del sector pesquero ascendieron a \$1.568 millones, un aumento del 6,2% y 8,6%, respectivamente.

Como se puede afirmar -basado en la cita anterior- durante el año 2022, se obtiene un mayor rendimiento en las exportaciones no tradicionales. En el Perú la mayoría de los productos agroindustriales pertenecen a este rubro como los arándanos, el jengibre, los espárragos, paltas, palmitos, alcachofas, entre otros mencionados anteriormente. Así mismo, se puede observar la evolución que ha tenido este sector durante los últimos años.

Figura 2

Variación en las exportaciones de productos agrícolas no convencionales de enero a junio (en millones de dólares estadounidenses)



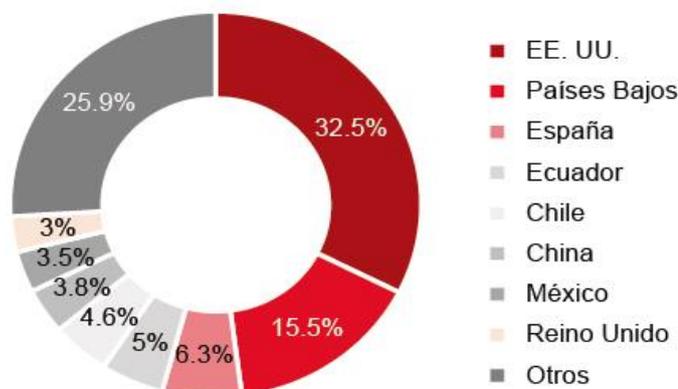
Nota. Tomado de ComexPerú (2022) “Exportaciones agrícolas no tradicionales sostienen un crecimiento del 11.2% en el primer semestre de 2022”.

La Figura 2 muestra claramente un incremento en el año 2022 como consecuencia de las exportaciones de la gran diversidad de productos agrícolas que se cultivan en el Perú, entre los cuales encontramos el cacao, del cual se mencionó que por ser parte del grupo de productos con alto prestigio de calidad logró conquistar diferentes mercados. Según ComexPerú (2022), los principales mercados destino para la comercialización de los productos peruanos, entre ellos, cacao, se dividen en los siguientes: “Estados Unidos, con envíos de US\$ 1,162 millones [y una participación del 32.5%], Países Bajos [US\$ 554 millones, 15.3%], España [US\$ 224 millones, 6.3%], Ecuador [US\$ 118 millones, 5%], Chile [US\$ 166 millones, 4.6%] y China [US\$ 136 millones, 3.8%]” (párr. 6). Los otros destinos comerciales, tienen incidencia en el valor total de las exportaciones peruanas; sin embargo, con un menor porcentaje. De igual forma, entre los primeros cinco destinos, se encuentran Chile y Ecuador a pesar de toda la situación conflictiva de la

región que se vino produciendo en los últimos años, por lo que se puede destacar lo importante que son los productos peruanos en estos mercados.

Figura 3

Agroexportaciones no tradicionales: principales destinos entre enero y junio de 2022



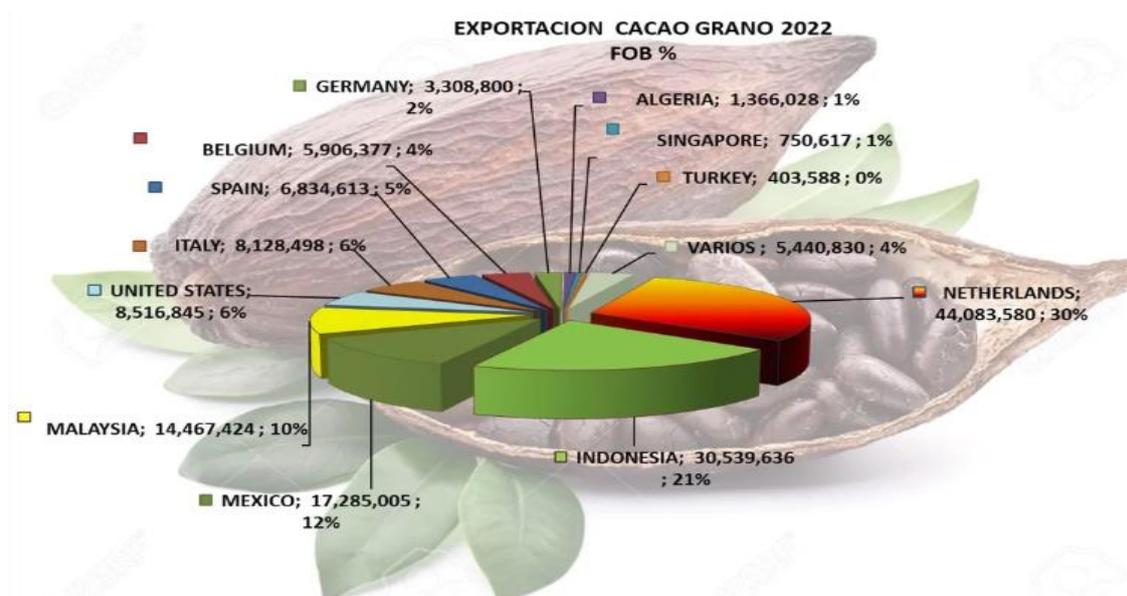
Nota. Tomado de “Exportaciones agrícolas no tradicionales sostienen un crecimiento del 11.2% en el primer semestre de 2022”, por ComexPerú, 2022.

Sin embargo; durante el año 2022, los principales mercados internacionales cambiaron. Según Comex (2023) las exportaciones hacia China representaron aproximadamente el 32.9% del total, mientras que las exportaciones hacia Estados Unidos representaron alrededor del 13.6% del total; Japón tuvo una participación del 4.9% del total de envíos seguido por Corea con un 4.3% y Canadá con un 4.2% del total de envíos. Por lo que, en los últimos años, se puede entender que el Perú depende principalmente de dos socios comerciales siendo estos, EE.UU. y China, por lo que se considera imperativo poder incrementar la demanda exportable en mercados como la Unión Europea o países de Centro América, para lograr un incremento en el total del monto de las exportaciones peruanas.

En relación al rendimiento específico del cacao peruano en el extranjero, los datos muestran un panorama revelador, tal como se ilustra en detalle en la Figura 4. Este análisis permite visualizar patrones y tendencias que son cruciales para comprender la posición del cacao peruano en los mercados internacionales. Estos datos son fundamentales para evaluar la competitividad y la penetración de este producto peruano en el mercado global.

Figura 4

Principales mercados para la exportación de cacao en 2022



Nota. Tomado de “Cacao grano Perú exportación 2022 diciembre”, por Koo, W., 2023, AgrodataPerú

En el comercio de cacao, Países Bajos, Indonesia y México destacan como principales compradores, representando el 30%, 21% y 12% de las compras globales respectivamente. Países Bajos lidera debido a su posición como centro de comercio y distribución, mientras que Indonesia y México muestran su importancia por su crecimiento económico y su papel en la industria alimentaria. La Tabla 1 proporciona una

instantánea de esta dinámica, vital para comprender cómo se distribuye el flujo comercial mundial de cacao y su impacto en la economía global, guiando decisiones en la gestión de la cadena de suministro y estrategias de mercado.

Tabla 1

Exportaciones de cacao en grano 2022 - 2021

Mes	2022			2021		
	FOB (\$)	KILOS	PREC. PROM	FOB (\$)	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	7,708,492	3,638,716	2.12	11,260,677	4,354,419	2.59
FEBRERO	10,417,437	4,387,399	2.37	7,227,269	2,598,419	2.78
MARZO	6,030,436	2,667,045	2.26	9,563,711	3,492,692	2.74
ABRIL	9,263,758	4,140,329	2.24	6,665,264	2,451,824	2.72
MAYO	9,129,586	4,423,150	2.06	9,208,119	3,263,391	2.82
JUNIO	10,309,181	5,536,646	1.86	11,544,418	4,336,576	2.66
JULIO	13,425,869	7,568,259	1.77	13,141,092	5,381,335	2.44
AGOSTO	16,404,598	6,850,035	2.39	18,957,327	7,440,508	2.55
SETIEMBRE	17,328,601	7,616,611	2.28	13,174,925	5,584,123	2.36
OCTUBRE	19,511,484	8,236,719	2.37	21,276,450	9,181,020	2.32
NOVIEMBRE	14,361,833	6,469,759	2.22	9,612,162	4,272,622	2.25
DICIEMBRE	13,140,566	5,599,122	2.35	10,046,100	4,036,816	2.49
TOTALES	147,031,839	67,133,789	2.19	141,677,515	56,393,744	2.51
AÑO						
PROMEDIO	12,252,653	5,594,482		11,806,460	4,699,479	
MES						
%CREC. PROM.	4%	19%	-13%	40%	50%	-6%

Nota. Tomado de “Cacao Grano Perú Exportación 2022 diciembre”, por Koo, W., 2023, AgrodataPerú.

En base a los estudios se puede observar que, para el año 2022, la exportación por grano de cacao disminuyó sus volúmenes desacelerando su crecimiento promedio a un 4%, esto es, un 36% menos en comparación al año anterior; por otro lado, también se ve que el precio promedio tiene una variación de -13% lo que perjudica en gran medida a las ganancias de los exportadores, en su mayoría las pymes de la región Junín, por lo que se prevé que las actividades de las empresas de la zona puedan ser afectadas en cuestión del presupuesto.

Tabla 2

Exportaciones de cacao mundiales / Perú 2018 – 2022

Exportaciones de cacao 180100 mundiales / Perú - Mill. US\$USA						
HS	Exportaciones	2018	2019	2020	2021	2022
180100	Exportaciones mundiales	9.365.390.	9.121.051	8.807.323	10.466.785	8.847.273
180100	Exportaciones Perú	154.902	150.792	145.747	154.715	147.031

Nota. Tomado de TradeMap

Como se observa en la tabla 2, las exportaciones mundiales de cacao se han incrementado de manera muy significativa. En el comparativo del 2021 vs. 2020, las exportaciones mundiales de la subpartida 180100 del Sistema Armonizado tuvieron un incremento del 21.98% y en el periodo 2021 – 2018, dichas exportaciones a nivel mundial se incrementaron también en 17.91%. En cuanto a las exportaciones peruanas del mismo producto, éstas han tenido un comportamiento inconstante, entre incrementos y decrecimientos. Por ejemplo, en el 2019 (US\$150.792 mill.) hubo una caída de las exportaciones de cacao del Perú respecto al 2018 (US\$154.902 mill.) de -2.65%; baja caída, pero caída, finalmente. Al siguiente año, el 2020, dichas exportaciones cayeron respecto al 2019 en -3.34% y el 2021 se recuperaron en 6.15% para caer, finalmente el 2022 en relación al 2021 en -4.96%.

En el contexto específico de Junín, y en consonancia con la tendencia nacional, se observó una disminución en el precio del cacao en chacra durante el año 2022, un fenómeno que se destaca en el análisis presentado en la Figura 5, específicamente en la provincia de Satipo. Este descenso en los precios impacta directamente en la economía

local y en los ingresos de los productores de cacao en la región. La Figura 5 proporciona una representación visual clara de esta tendencia, mostrando no solo la disminución en los precios, sino también permitiendo identificar posibles factores o eventos que puedan haber contribuido a este fenómeno.

Figura 5

Precio entre producción y precio de venta de cacao, provincia de Satipo



Nota. Tomado de “Perfil productivo y competitivo de los principales cultivos del sector”, por SIEA, 2022, Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego.

Si bien se observa de la Tabla 2 un comportamiento inestable de las exportaciones de cacao peruano entero y los precios del mercado local también a la baja (según cifras del año 2022) la tendencia a un mayor volumen de dichas exportaciones es más que evidente; y es que la calidad del cacao peruano se distingue de variedades distintas de otros países por su textura, frutos rojos, acidez cítrica y aroma inigualable, razones por las cuales el cacao peruano es altamente demandado por grandes industrias chocolateras de Europa, principalmente. En este contexto, aunque las empresas productoras de cacao

entero en la provincia de Satipo tienen un producto de alta pureza y calidad, su producción está dirigida principalmente al mercado local. De hecho, son pocas las empresas en este sector que se dedican a la exportación y tienen presencia en mercados internacionales.

En resumen, las actividades de las empresas fabricantes de cacao en las provincias mencionadas se centran en abastecer a las empresas exportadoras ubicadas en Lima, las cuales se encargan de envasar, embalar y enviar el cacao a los principales mercados de destino. Sin embargo, las pocas productoras de cacao que existen son principalmente pequeñas y medianas empresas, junto con asociaciones de productores, las cuales operan afrontando sobrecostos logísticos, laborales y operativos. Estos factores disminuyen la competitividad de su actividad; por lo tanto, la mayoría de las empresas en las provincias mencionadas destina su producción al mercado interno.

Este contexto plantea la interrogante sobre las estrategias que las compañías cacaoteras podrían emplear para alcanzar un progreso, expansión y rendimiento óptimos, facilitándoles la oportunidad de expandirse internacionalmente. Entonces, el desafío abordado en este estudio fue examinar cómo lograr la capacidad exportadora requerida mediante la colaboración, ya sea a través de consorcios, cooperativas o asociaciones. Con ese propósito, se ha procurado establecer si existe una correlación entre la asociación empresarial y la habilidad para exportar. Justamente, este constituye el objetivo principal de este proyecto y de toda la indagación. Si la hipótesis general, que postula la conexión entre estos dos factores, se confirma, se podrán sugerir una serie de medidas, iniciativas y tácticas para que las compañías adopten alguna forma de asociación mencionada previamente. Esto les permitiría alcanzar su capacidad económica, física, organizacional y financiera, es decir, la capacidad exportadora necesaria para internacionalizar sus empresas hacia los mercados mencionados. Por lo tanto, es necesario determinar si existe

una relación correlacional entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas de cacao en la región de Junín, específicamente en Satipo. Así, el objetivo general de la investigación es establecer la existencia de dicha relación.

1.3 Formulación del problema.

Según Quintana (2008, como se citó en Arias, 2020):

El planteamiento del problema implica elaborar una argumentación lógica basada en los datos y conceptos reconocidos por la comunidad académica especializada. Esta argumentación debe señalar una carencia en el conocimiento existente o una inconsistencia relacionada con el tema elegido, conduciendo necesariamente a la pregunta o problema que se va a investigar (p. 308).

1.3.1 Problema general.

¿Qué relación existe entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, en el año 2022?

1.3.2 Problemas específicos.

P.E.1: ¿Qué relación existe entre la dimensión estructural y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022?

P.E.2: ¿Qué relación existe entre la dimensión relacional y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022?

P.E.3: ¿Qué relación existe entre la dimensión de recursos y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022?

1.4 Objetivos de la investigación.

Para Ñaupas et al (2014), en el contexto de un proyecto de investigación, ya sea cuantitativo o cualitativo, los objetivos representan las metas o logros que se esperan alcanzar. Así mismo, según Hernández et al. (2018), los objetivos “Indican lo que se

busca descubrir como resultado de la investigación y deben estar formulados claramente, ya que sirven como directrices del estudio. Comienzan con un verbo que impulse a la acción” (p. 43). Estos objetivos actúan como brújulas, guiando el diseño, la ejecución y la interpretación de los resultados de la investigación. Además, sirven como punto de referencia para evaluar el éxito del estudio y su contribución al conocimiento existente en el campo de estudio.

Es así que, al establecer objetivos claros y alcanzables, los investigadores pueden enfocar sus esfuerzos de manera efectiva y asegurar la relevancia y la coherencia en todas las etapas del proceso investigativo. En última instancia, la adecuada formulación de los objetivos permite a los investigadores comunicar de manera precisa y concisa el propósito y la dirección de su estudio, lo que facilita su comprensión y valoración por parte de la comunidad académica y el público en general. En el siguiente apartado se presentan los objetivos de la presente investigación:

1.4.1 Objetivo general de la investigación.

Determinar qué relación existe entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo y de la región Junín, año 2022.

1.4.2 Objetivos de la investigación específicos.

O.E.1 Determinar qué relación existe entre la dimensión estructural y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

O.E.2: Determinar qué relación existe entre la dimensión relacional y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

O.E.3: Determinar qué relación existe entre la dimensión de recursos y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo y de la región Junín, año 2022.

1.5 Justificación de la investigación.

Ñaupas et al (2014), refiere que “Justificar significa exponer las razones que motivan la realización de la investigación, es decir, explicar por qué se lleva a cabo. Estas razones pueden clasificarse en teóricas, metodológicas y sociales” (p. 164). En el siguiente apartado se realizó la justificación de la investigación de manera teórica, metodológica y práctica.

1.5.1 Justificación teórica.

La presente investigación fue realizada mediante la búsqueda en diferentes fuentes de investigación tales como artículos científicos, tesis, libros y otros que constituyeron el marco teórico de la misma. Asimismo, este trabajo de investigación establece un nuevo marco teórico relacionado con el estudio de dos variables, asociatividad y capacidad exportadora, en relación con el potencial exportador de las entidades productoras de cacao en la provincia de Satipo, región Junín, en el año 2022. Por lo que, las conclusiones del presente estudio ampliarán los conocimientos del tema y servirán de antecedente para investigaciones futuras sobre el mismo.

1.5.2 Justificación práctica.

Este estudio contribuye y seguirá contribuyendo al ámbito público y privado, brindando la oportunidad a empresarios, productores, investigadores, lectores e interesados de comprender la problemática existente en la producción local de cacao en la provincia de Satipo. Al haberse determinado la problemática de los productores locales de cacao y planteadas las conclusiones y recomendaciones correspondientes, se han determinado soluciones pragmáticas para que dichos productores diseñen alternativas para alcanzar el sueño ansiado de las internacionalizaciones; esto es, la exportación de su producto estrella: cacao, al mundo que lo demanda a través de algún mecanismo de

asociatividad que la teoría plantea. En la medida que esta alternativa se haga realidad, dichas empresas podrán generar mayores ingresos, los cuales serán reinvertidos en la economía de la provincia de Satipo generando todo un efecto multiplicador a través de la generación de empleo, compra y venta de insumos, materias primas, partes y piezas necesarias para la producción y exportación de cacao. En otras palabras, a nivel microeconómico, la situación de las empresas mejorará significativamente y a nivel macroeconómico, mejorarán los indicadores de desarrollo económico y social de las citadas provincias y de la región Junín, tales como reducción de la inflación, incremento del PBI, mayor recaudación fiscal, aumento del empleo, reducción de la pobreza y extrema pobreza, así como la generación de infraestructura en cuanto a agua, desagüe, vías de comunicación, vivienda, etc., en suma, beneficio para la región Junín y del país en su conjunto.

1.5.3 Justificación metodológica.

Este estudio tiene como objetivo colaborar en la definición de los conceptos de asociatividad y capacidad exportadora. Asimismo, es de naturaleza descriptiva, ya que pretende describir las situaciones actuales de las entidades productoras de cacao en Satipo, con el fin de evaluar si los datos disponibles favorecen una colaboración empresarial entre las distintas organizaciones de la industria del cacao. Por lo tanto, esta investigación se ha llevado a cabo utilizando un enfoque cuantitativo. El instrumento utilizado fue un cuestionario, validado y fiable, diseñado para recopilar información precisa sobre la industria del cacao en Satipo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

Álvarez, A. (2020) menciona que “la redacción de los antecedentes se utiliza para exponer los diversos descubrimientos obtenidos en investigaciones anteriores, considerando las variables de estudio” (p. 1). Después de realizar la verificación de la literatura acerca de este punto de la investigación se encontró que existe una diversidad de fuentes como tesis, libros, artículos, que permitieron tener información relevante acerca de las variables.

2.1.1. Antecedentes internacionales.

En Bogotá, Colombia, Forero (2014) publicaron el artículo denominado “el análisis de caso del sector del calzado en el barrio El Restrepo, Bogotá, desde la perspectiva de los sistemas productivos locales”. El propósito consistió en realizar un diagnóstico de la situación económica de la agrupación dedicada a la producción y comercialización de calzado en el barrio El Restrepo, situado en la ciudad de Bogotá, Distrito Capital. La investigación empleó un enfoque que combinó métodos cuantitativos y cualitativos. La muestra incluyó a 19 establecimientos comerciales dedicados al rubro del calzado ubicados en el barrio El Restrepo. Según los resultados de la encuesta, el 68% de los encuestados se dedican tanto a la comercialización como a la venta, mientras que el 32% se enfoca únicamente en la producción. Los encuestados indican que llevan a cabo sus actividades en viviendas con un alto nivel de informalidad. Además, el 63% de ellos emplea entre 1 y 4 trabajadores en sus establecimientos. Así mismo, y aún más importante ninguna empresa está asociada pero el 37% considera que es importante hacerlo en un

futuro cercano. En conclusión, el autor menciona que en Colombia las grandes empresas tienen una ventaja competitiva marcada por sus dimensiones que les permite hacer economías de escala; sin embargo, no pueden competir internacionalmente con el gigante chino. Por otro lado, la agrupación que se dedica a la producción y comercialización de calzado en el barrio El Restrepo carece de una dinámica asociativa e innovadora activa, por lo cual este sistema productivo local está lejos de ser un distrito industrial; sin embargo, tienen el potencial de serlo y de esa forma hacer frente a la contracción de la producción y el comercio.

En Bogotá, Colombia, Santa et al. (2019) publicaron su estudio llamado “La asociatividad como estrategia para mejorar la gestión: un análisis del comercio minorista” publicado en la revista *Equidad y Desarrollo*. El propósito era evaluar hasta qué punto la asociatividad facilita la creación de mecanismos para aumentar la competitividad. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 253 comerciantes de las localidades de Engativá y Chapinero. Los resultados del estudio evidencian que un 60% de los comerciantes se muestran motivados para ser parte de una asociación, por otro lado, el 28% de los encuestados tienen un bajo nivel de capacitación con lo que respecta a gestión empresarial; por último, el 46% no está de acuerdo con los plazos de crédito por lo que realizan los movimientos financieros en efectivo. En conclusión, los investigadores mencionan que en las localidades estudiadas existen un bajo nivel de capacidad administrativa al mismo tiempo que tienen un bajo poder de negociación; por lo que para superar estos obstáculos la mejor opción es asociarse para tener una imagen organizativa que les permita ser más accesibles al crédito financiero para sus actividades.

En Ciudad de México, México, Bada et al. (2016) publicaron su artículo científico titulado “Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales” aparecido en la revista de la UNAM. El objetivo del estudio es examinar cómo diferentes actores externos y directos influyen en la vinculación de las micro, pequeñas y medianas entidades (MIPYMES) en la cadena productiva de los cítricos mexicanos. Esto resulta crucial para comprender cómo las distintas actividades llevadas a cabo dentro de las Asociaciones están vinculadas con elementos externos, incluyendo otras instituciones así como el respaldo del gobierno. Emplearon el enfoque deductivo junto con un muestreo probabilístico, con su ayuda administran herramientas de medición a 53 propietarios y gerentes de MIPYMES en el estado de Veracruz. El análisis de la variable de correlación muestra un valor de 0,993 que señala alta significancia. Por consiguiente, se evidencia una correlación significativa entre la asociatividad y las variables independientes, la cual es explicada por la influencia de diversos actores externos. Concluyeron que existe una correlación positiva entre la influencia de diversos actores externos y directos y la asociatividad. Señalan que la agroindustria, como uno de estos actores, constituye un factor importante para la asociatividad. Además, señalan que el 50% de la producción de cítricos se destina al mercado nacional y a establecimientos como Walmart.

En Boyacá, Colombia, los autores Serrano-Amado et al. (2021) realizaron su estudio científico denominado “Análisis de la experiencia de asociatividad de los productores de caducifolios”, para la publicación en Desarrollo Gerencial. El propósito de la investigación fue examinar las vivencias de asociación entre los productores de árboles de hoja caduca, así como los temas e ideas relacionadas con la asociatividad. Se utilizó un enfoque cualitativo junto con un método de estudio de casos, que involucra un

análisis documental mediante el programa VOS viewer. Además, se llevó a cabo una entrevista semiestructurada con los productores incluidos en la muestra de indagación. Los hallazgos de la investigación indicaron que los productores presentan dificultades para colaborar entre sí, aunque muestran una percepción positiva sobre los conceptos de asociatividad. Se resaltan negativos aspectos como el individualismo, la falta de conocimiento, el egoísmo y el temor. La investigación llega a la conclusión de que es imperativo que los productores amplíen su comprensión de los conceptos y temas relacionados con la asociatividad para perfeccionar sus sistemas de producción, disminuir la intermediación en el proceso y obtener otros beneficios adicionales. Además, el autor destaca que es importante que los fabricantes opten por un enfoque unificado al que se deben añadir aspectos como la gestión, el trabajo en equipo, la gestión financiera, etc.

En Guerrero, México, los autores Astudillo et al. (2020) publicaron su artículo científico titulado “Cadenas de comercialización de mango y potencial exportador en la Costa Grande, Guerrero” en la Revista de Ciencias Agrícolas de México. El propósito fundamental fue examinar la cadena de distribución del mango y su capacidad para la exportación en la región de la Costa Grande. Esto resultará crucial para comprender los elementos tanto externos como internos que influyen en la capacidad de exportación de un producto. Emplearon un enfoque combinado, con un diseño exploratorio de naturaleza descriptiva. Se encuestaron a 84 productores de mango procedentes de seis municipios en la región. Los hallazgos revelaron que los productores enfrentan deficiencias en la comercialización del mango, atribuidas a la falta de financiamiento adecuado y respaldo gubernamental, así como a dificultades en la gestión eficiente de la producción, que incluyen problemas relacionados con plagas. Además, se evidencia una escasa industrialización. Por otro lado, únicamente cuatro de los productores tienen la capacidad

para llevar a cabo la exportación. Llegaron a la conclusión de que el 90% del proceso de comercialización está en manos de intermediarios, no proporciona un mayor beneficio a los productores. Asimismo, las limitadas oportunidades de exportaciones también están relacionadas con la falta de normas adecuadas de gestión técnica y comercial, productivos, financieros y organizativos. Se recomienda la elaboración de un plan estratégico para mejorar estos aspectos y fomentar la exportación del mango.

En Cartagena de Indias, Colombia, Tovar (2017) elaboró su tesis denominada “Asociatividad: Estrategia para mejorar la competitividad de los productores del ñame del departamento de Sucre” para alcanzar el grado académico de licenciado en Administración en la UTB. El propósito fue determinar las tácticas para aumentar la competitividad de los cultivadores de ñame en el departamento de Sucre. La metodología de la investigación adoptó un enfoque cualitativo empleando el método MICMAC para evaluar las variables. El tipo de investigación es descriptivo, con un diseño no experimental de corte transversal. La población incluye los municipios de Corozal, Los Palmitos y San Pedro. En conclusión, el autor sostiene que una de las estrategias más efectivas para fomentar el desarrollo económico y la competitividad de los productores de ñame en el departamento de Sucre es la asociatividad, destacando como factores clave los costos de producción, la educación, los medios de comunicación, la innovación, la dinámica del sector y las vías de acceso.

En Esmeraldas, Ecuador, Pinargote (2020) realizó su estudio denominado “Análisis de la asociatividad como alternativa para la exportación de licores producidos por microempresarios de la provincia de Esmeraldas” para optar el grado de Ingeniero en Comercio Exterior en la Universidad PUCESE. El propósito de la investigación fue examinar la cooperación como herramienta para las exportaciones de licores elaborados

por pequeños empresarios en la localidad de Esmeraldas. La metodología del estudio adoptó una perspectiva cualitativa, puesto que se recopilaban datos mediante la revisión de la literatura relacionada con el sector.

El autor concluye que establecer consorcios de exportaciones como un modelo de cooperación para las microempresas de Esmeraldas representa una opción viable para aumentar su competitividad en el mercado nacional e, incluso, facilitar su internacionalización. Esta estrategia les permitiría fortalecerse mutuamente y mejorar tanto su capacidad de gestión como sus recursos financieros, beneficiando así a todo el sector productivo.

En Quito, Ecuador, Torres (2015) elaboró su tesis titulada “Modelo de gestión asociativa para los productores de yuca de la parroquia San Jacinto del Búa en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas” para obtener el título de Maestría en Dirección de Empresas en la Universidad Andina Simón Bolívar. El objetivo principal fue presentar un modelo de gestión asociativa, además de evaluar la gestión operativa de estos productores de yuca y su gestión comercial. El estudio se llevó a cabo con un enfoque mixto, abarcando una población de 278 productores. Para obtener los resultados de la investigación, para obtener información adicional, realizamos encuestas y entrevistas con representantes de la comunidad. Los resultados mostraron que solo el 32,2% de los productores conocían las producciones de yucas, enfatizando el requerimiento de ofrecer capacitación y apoyo a los productores, así como tecnologías para optimizar las producciones. En cuanto a la gestión empresarial, el 67,6% de los productores comercializan sus productos mediante intermediarios. Por lo tanto, el cumplimiento es una buena oportunidad para vender el producto directamente al consumidor final, permitiendo un precio más justo. Se concluyó que para aumentar las competitividades de

los productores de yuca es fundamental ofrecer modelos conjuntos que traigan mayores ingresos económicos y faciliten el financiamiento. Asimismo, la asociatividad tendrá importantes consecuencias sociales y políticas y traerá beneficios tales como una posición más sólida, mejores términos de intercambio, disminución de costos y riesgos y una mejor integración en los mercados internacionales.

En San Juan de Pasto, Colombia, Bolaños y Gordon (2016) realizaron su estudio titulado “Plan exportador de arepas de maíz empacadas al vacío para la empresa Gemhel S.A.S. de Ipiales hacia el mercado de México D.F., México” para optar el título de Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño. El propósito de la investigación fue crear una estrategia de exportación para las arepas de maíz envasadas al vacío de la empresa, con el objetivo de expandir su presencia en el mercado hacia la Ciudad de México, D.F. Utilizaron un método cuantitativo con un enfoque descriptivo y deductivo; además, obtuvieron datos de fuentes primarias directamente de la muestra del estudio, así como de fuentes secundarias como libros, documentales y revistas. Los resultados muestran que las empresas manufactureras cuentan con métodos de transporte interno para asignar sus productos que les otorgan ventajas competitivas.

Además, sus principales usuarios son empresas regionales y nacionales. La entidad también cuenta con una amplia experiencia en el sector agroindustrial. También se creó una matriz de perfil competitivo para examinar los componentes del entorno empresarial y la compañía obtuvo una calificación más alta que sus competidores con un promedio ponderado de 3.76. Concluyen que, mediante el análisis de mercado, lograron identificar las tendencias en la demanda de este producto. En términos de logística y elección de transporte adecuado, llegaron a la conclusión de que el transporte aéreo

resulta ser la opción más apropiada. Además, la planificación operativa les permite desarrollar estrategias de internacionalización específicas para los mercados objetivo.

En Obregón, México, Prado (2018) realizó su indagación denominada “Competitividad y asociatividad empresarial en pequeñas y medianas empresas del sector comercio en Ciudad Obregón” para optar el título de Maestría en Gestión Organizacional en el Instituto Tecnológico de Sonora. El propósito principal fue investigar el impacto de la asociatividad en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. Además, uno de los objetivos específicos fue examinar la interacción entre estas dos variables. Se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño de investigación no experimental. La selección de la muestra se realizó de forma probabilística mediante un método de estudio enumerativo y verificativo, con el objetivo de demostrar en qué medida se cumple con la población estudiada. Esta muestra consistió en 12 directivos del ámbito de alimentos y bebidas, junto con 10 directivos del sector de vehículos de motor. Los resultados señalaron que la asociatividad, como factor independiente, está vinculada en un 20.3% con la competitividad. Así, el coeficiente de determinación ajustado (r^2 ajustada) indica que aproximadamente el 13.4% de la competitividad en estos sectores puede ser atribuida a la asociatividad. Entonces, el estudio respalda la hipótesis al evidenciar que la asociatividad tienen impactos positivos en la competitividad empresarial. El autor concluye que uno de los aspectos fundamentales de la asociatividad reside en obtener formación y experiencia en el ámbito comercial. Asimismo, destaca la importancia del respaldo estatal, el cual proporciona una mayor orientación gracias a su experiencia. Además, resalta la relevancia de la publicidad para atraer y retener clientes. Finalmente, pero igualmente relevante, destaca que la financiación en las asociaciones resulta esencial para asegurar la continuidad en la producción y comercialización.

2.1.2. Antecedentes nacionales.

En Lima, Perú, Ferrando (2015) realizó su estudio científico titulado “Asociatividad para mejora de la competitividad de Pequeños Productores Agrícolas”, publicado en la revista Anales Científicos. El propósito fue detectar y examinar las estrategias de asociación empleadas por los pequeños agricultores del país con el fin de potenciar su competitividad y facilitar sus procesos de internacionalización. Este estudio adoptó un enfoque mixto. El grupo de estudio estaba compuesto por 100 agricultores y 11 representantes de diversas formas de organizaciones asociativas utilizadas por ellos, en los departamentos de Cuzco, Ica, Ayacucho, Junín, Lima, Piura, Lambayeque y Tumbes. El autor concluye, que la existencia de una asociación tiene efectos positivos ya que existe una relación entre la competitividad. Por lo tanto, la cooperación entre los productores agrícolas beneficia a los miembros de una organización al permitirles mejorar su competitividad como agricultores. Las formas de asociación más comunes son: la asociación, la cooperativa y las comunidades campesinas y nativas. En un nivel secundario se incluyen: los clústeres y las cadenas de suministro, las cooperativas agrícolas, las redes empresariales tanto horizontales como verticales, así como las cooperativas de crédito y ahorro.

En Lima, Perú, los autores Bobadilla et al. (2019) publicaron su artículo titulado “La influencia de la asociatividad en el desarrollo de oportunidades productivas: el caso de cuatro asociaciones agropecuarias de la región Moquegua – Perú” para la revista Debates en Sociología. El propósito de la investigación fue examinar la cooperación entre individuos o grupos y su vínculo con el fomento de oportunidades de producción. El estudio adoptó un enfoque mixto, involucrando la recopilación y análisis de información tanto cualitativa como cuantitativa. Para ello, se llevaron a cabo entrevistas y encuestas

con los líderes y miembros de cuatro asociaciones específicas: APAEXMO Asociación Pioneros de San Cristóbal, ASPROCUY y AVIMO. Además, se realizaron entrevistas con doce agentes clave, incluyendo representantes del sector público, privado/consultores y académicos. Llegan a la conclusión de que la cooperación entre individuos o grupos impulsa oportunidades de producción; sin embargo, las asociaciones analizadas en la indagación aún presentan debilidades y afrontan retos. Se ha descubierto que el capital natural, como la tierra o el agua, es un factor determinante en la cooperación, porque de él dependen su sustento y sus ventas. También se señaló que las tradiciones y la cultura como formas de capital social son los vínculos que hacen crecer las confianzas colectivas. También se enfatiza que las oportunidades de mercado apoyadas por actores externos aumentan la voluntad de participar y cooperar.

En Lambayeque, Perú, Sandoval (2022) en su artículo titulado “Competitividad y asociatividad en la microproducción del grano de arroz” para la revista *Gestionar: revista de entidad y gobierno*. El principal propósito fue establecer las percepciones de los pequeños productores de arroz sobre la estrategia de asociación, con el propósito de mejorar la competitividad de su producción. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, de carácter descriptivo-propositivo, utilizando un diseño no experimental de tipo transversal. Para obtener información, se realizó una encuesta entre 80 pequeños productores de arroz en la región de Lambayeque. Los resultados muestran que el 32,2% de los pequeños productores expresaron su disposición a adoptar estrategias conjuntas, creyendo que sería más fácil perfeccionar la competitividad productiva. Además, los colaboradores señalaron que la asociatividad les brindaría oportunidades para aumentar la eficiencia y, por lo tanto, mejorar la calidad de los productos. También enfatizaron que la asociación ayudará a mejorar los procesos internos para satisfacer las necesidades de

los clientes. El estudio concluyó que los fabricantes tienen una actitud positiva hacia la unidad y están dispuestos a trabajar juntos para mejorar la gestión, consolidar las operaciones de producción, obtener asistencia técnica y reducir costos para lograr una mayor competitividad en el mercado.

En Lima, Perú, Olivia (2019) elaboró su artículo científico titulado “Asociatividad y competitividad en banano orgánico (*Musa cavendish*) en el Valle del Chira” para la revista *Anales Científicos*. La finalidad del estudio es examinar la competitividad de la producción de los respectivos pequeños productores con el objetivo de determinar el impacto económico y social de este sector. El método utilizado en el estudio combina métodos mixtos con análisis deductivo e inductivo. Por un lado, se llevó a cabo un análisis de la cadena productiva del banano orgánico utilizando el modelo de las “Cinco Fuerzas Competitivas de Porter”. También se ejecutaron entrevistas a productores y se realizó análisis económicos empleando datos estadísticos obtenidos de fuentes confiables. Los resultados muestran que las cadenas productivas de banano orgánico en el Valle de Chira es eficiente y trae beneficios sociales y económicos a la región. Además, los agricultores consiguieron adquirir insumos a tarifas más competitivas mediante compras al por mayor, acceso a financiamiento, cartas de intención de compra por parte de clientes extranjeros y ventas anticipadas. La investigación determinó que la asociación entre los productores de banano es altamente significativa, puesto que les brindó una serie de beneficios y ventajas, como la reducción de costos, condiciones de negociación más favorables con proveedores y clientes, acceso a tecnología y asistencia técnica, lo que resultó en un aumento en la productividad y mejoras en los precios de venta.

En Huancayo, Perú, Aguirre y Martínez (2022) en su tesis titulada “Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la

exportación al mercado de Estados Unidos” para optar por el título de licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Continental. El propósito principal fue definir las capacidades de exportación de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas, con el propósito de ampliar su participación en el mercado estadounidense. La investigación se realizó utilizando un enfoque cuantitativo y siguiendo un método de investigación inductiva, así como un método de análisis y síntesis. La muestra consistió en 6 empresas del anexo de Cochas, de las cuales cinco exportaban sus productos y una operaba únicamente en el mercado nacional. Para recopilar datos, se utilizó una encuesta, y para analizar los datos recolectados se empleó el software Atlas Ti. El autor concluye que logró verificar la capacidad de exportación de los productores de mates burilados, cumpliendo así el objetivo de la investigación. Además, identifica la existencia de cuatro capacidades exportadoras con diferentes niveles: capacidad productiva (alta), capacidad de gestión (regular), capacidad comercial (baja) y capacidad financiera (regular).

En Lima, Perú, los autores Acevedo y Chigne (2022), realizaron su indagación titulada “Nivel de asociatividad y capacidad exportadora de los productores de maracuyá en la Cooperativa CEPROVASC, Trujillo 2022”, para obtener el grado de Académico de Maestría en Economía y Desarrollo en la UPN. En el estudio, el propósito fue investigar la vinculación entre los niveles de asociación y las capacidades de exportaciones. Para lograrlo, se empleó metodologías cuantitativas aplicadas, de naturaleza correlacionales, que se fundamentó en un diseño de investigación no experimental. Mediante el uso de la técnica de encuesta, se distribuyó un cuestionario a una muestra compuesta por 98 miembros de la entidad elegida. En resumen, se validó la hipótesis propuesta por el autor, dado que existe una correlación significativa entre el grado de asociación y la capacidad

de exportación ($p = 0,000$) y un grado de correlación moderado ($\rho = 0,475$). Por lo tanto, aumentar el nivel de asociación en la organización también mejorará su capacidad exportadora.

En Lima, Perú, Villano y Villegas (2019) realizaron su estudio titulado “La capacidad asociativa y su relación con el potencial exportador de los pequeños productores de papa nativa en Centro Poblado de Taramba, Andahuaylas, Apurímac – 2019” para optar el título de Maestría en Economía y Desarrollo Industrial en la UTP. El principal propósito fue examinar la relación entre las capacidades asociativas y el potencial exportador de los pequeños productores nacionales de papa en Andahuaylas, Apurímac. La metodología de la indagación empleó enfoques cuantitativos aplicados en diseños no experimentales, transversales y de campo, que fue de carácter simple descriptivo y correlacional. La técnica de la encuesta se utilizó para recopilar datos de una muestra de 105 productores domésticos de papa. Los hallazgos mostraron que el 53,3% de los productores exhiben un nivel medio-alto de capacidad de asociación, lo que refleja una disposición apropiada hacia la asociatividad en la comunidad y sugiere la factibilidad de fomentar la colaboración entre ellos. No obstante, solo el 42,9% de los pequeños productores exhibieron un potencial exportador de nivel medio-alto, sin alcanzar un nivel alto debido al empleo de métodos tradicionales en su proceso de producción, lo que restringe su capacidad de producción tanto en cantidad como en calidad. El estudio respaldó la hipótesis general al establecer una relación positiva débil entre las variables investigadas. La correlación de Rho de Spearman entre las capacidades de asociación y los potenciales exportadores revelaron correlaciones positivas significativas de 0,065, con niveles de significancias de 0,509.

En Lima, Perú, Saavedra y Figueroa (2021) elaboraron su estudio titulado “La relación entre la asociatividad y la competitividad de las cooperativas de pequeños productores del sector agrario peruano” para optar el título de Bachiller en Gestión por parte de la PUCP. El objetivo del estudio fue examinar la vinculación entre los elementos de competitividad y los beneficios generados por la asociatividad. Se utilizó un enfoque cualitativo de naturaleza exploratoria, cubre análisis prácticos de casos de relevancia, así como una descripción general de conceptos, modelos y métodos clave de competitividad y los beneficios asociados con la variable de relevancia. Se concluyó que dentro de las entidades agrícolas, la asociatividad capacita a estas entidades para enfrentar una variedad de obstáculos que dificultan su avance, como la escasez de capital humano, recursos financieros y tecnológicos, entre otros, los cuales son difíciles de superar individualmente. Además, se notó que la asociatividad conduce a un aumento en la productividad, facilita la consecución de economías de escala, mejora la calidad de los productos y facilita el acceso a tecnología, nuevos mercados, financiamiento, formación y otros recursos. Por consiguiente, se puede observar que existe una correlación positiva entre los factores de competitividad de las cooperativas agrícolas en el sector agrícola y los beneficios del cumplimiento.

En Huancayo, Perú, Anaya (2020) elaboró su estudio denominado “Efecto de la asociatividad en la productividad de los productores de cuyes del distrito de Sapallanga - Huancayo 2019” para optar el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad Continental. El propósito de la investigación fue evaluar la influencia de la asociatividad en la eficiencia de los criadores de cuyes. Se empleó enfoques cuantitativos con niveles descriptivos correlacionales, de tipos aplicados y diseños de estudios no experimentales. El grupo de estudio estaba compuesto por 237 unidades agropecuarias, que comprendían

productores de cuyes, divididos en aquellos que estaban asociados (51.05%) y los que no lo estaban (48.95%). Se recolectaron datos a través de encuestas y observaciones, utilizando un cuestionario con interrogantes abiertas y fichas de observación. Por último, se utilizó el software SPSS v22 y Microsoft Excel para examinar los datos obtenidos. Los resultados mostraron que, de acuerdo con el coeficiente de correlación de Pearson ($r = 0,1398$; valor $p = 0,031$), existe una asociación positiva entre la asociatividad de los criadores de cuyes y su nivel de productividad. Esta correlación positiva respalda la hipótesis general del estudio, confirmando que la asociatividad influye positivamente en las productividades de los criadores de cuyes. Además, se notó que los productores asociados exhiben un nivel de productividad superior, con una producción media de 5.56 cuyes por hembra reproductora al año, en contraste con los productores no asociados, que alcanzan una producción de 4.93 cuyes por hembra reproductora al año.

En Lima, Perú, Velaochaga (2021) realizó su estudio titulado “Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral - Lima, periodo 2020” para optar el título de Licenciado en Administración de la USMP. El propósito establecido fue investigar la relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina en el distrito de Huando, Lima. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y un diseño explicativo. La muestra de estudio estuvo compuesta por 108 pequeños productores de mandarina. Se recolectaron datos mediante la realización de encuestas utilizando cuestionarios como herramienta de investigación. Para analizar los datos, se emplearon estadísticas descriptivas mediante el software SPSS versión 26. Los resultados, obtenidos a partir de la correlación de Rho de Spearman, señalan que existe una correlación positiva moderada y altamente significativa entre la asociatividad y la

competitividad empresarial ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,646$). Así, se prueba la hipótesis general de que la formación de parentesco tiene una relación directa y un impacto significativo en la competitividad comercial de los pequeños productores de cítricos. También existe una correlación positiva entre el parentesco y diversos aspectos de la competitividad empresarial. En resumen, se concluye que la participación de los productores en asociaciones favorece el incremento de su capacidad de ahorro económico, lo que les permite mantener o establecer alianzas estratégicas, generando así beneficios adicionales para la asociación.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Asociatividad.

2.2.1.1 Definición.

Conforme Rodríguez de Pepe y Cervilla (2020) “La asociatividad se define como el resultado de la colaboración o unión de individuos o empresas con miras a alcanzar un objetivo compartido, donde cada participante conserva su autonomía legal y de gestión” (p. 112). De igual forma, PromPerú (2014), Esta se define como un método de cooperación entre pyme que buscan iniciar un proceso de crecimiento o expansión, ya sea a nivel nacional o internacional. Durante este procedimiento, cada empresa opta libremente por unirse en un esfuerzo conjunto para lograr un objetivo compartido. A pesar de esta cooperación, cada empresa mantiene su independencia legal y su capacidad de gestión autónoma.

En relación a este tema, los autores Mesía y Pinto (2022), afirman que “La asociatividad se presenta como un método de colaboración entre pequeños productores, quienes conservan su autonomía y optan por participar de forma voluntaria y unida en la búsqueda de un objetivo compartido” (p. 51). El Ministerio de Agricultura, Riego y

Alianza Aprendizaje Perú (2014) también mencionan que la asociatividad, la gestión, la coordinación comercial, el control de calidad y el acceso a financiamiento son aspectos fundamentales para que las pymes productoras agropecuarias puedan competir en los mercados. Este logro requiere el apoyo de instituciones que dispongan de personal capacitado, marcos legales robustos y un enfoque centrado en la sostenibilidad.

2.2.1.2. Características de la asociatividad.

Conforme Mesía y Pinto (2022), cuando las entidades se asocian, disminuyen la vulnerabilidad y la incertidumbre inherentes al trabajo individual, lo que les permite aumentar su capacidad y reforzar su posición en el mercado mediante la implementación de nuevas estrategias de adquisición y venta de productos. Luego de una revisión teórica de las principales variables de la investigación, se encontró que la asociatividad empresarial tiene las siguientes características:

Cooperación: Facilita la promoción mutua, la reducción de gastos y la ampliación de las ventas, entre otras ventajas.

- Organización: Implica la distribución y coordinación de labores y responsabilidades necesarias para alcanzar metas compartidas.
- Permanencia: Requiere una visión a largo plazo de la relación colaborativa, asegurando la continuidad de la estrategia asociativa en el tiempo.
- Autonomía: En asociaciones empresariales, cada entidad mantiene su identidad e independencia, así como su capacidad para determinar el uso de los beneficios obtenidos del proyecto.
- Decisión voluntaria: La participación en la asociación es voluntaria, permitiendo a las empresas ingresar o retirarse según lo acordado.

- **Objetivos comunes:** Establecidos para aprovechar ventajas mutuas o resolver desafíos compartidos, manteniendo el control sobre sus propios negocios.

2.2.1.3. Importancia de la asociatividad.

Al respecto, PromPerú (2014) indica que la asociatividad se presenta como una opción beneficiosa para las pequeñas empresas que enfrentan desafíos en un mercado competitivo en constante evolución. Esto se debe a que el mercado internacional cuenta con un considerable progreso tecnológico y respaldo económico para la producción de bienes y servicios. Por lo tanto, enumera las siguientes razones para optar por la asociatividad:

- **Ámbito económico:** En el ámbito económico, la asociatividad conlleva beneficios directos para los participantes al ofrecerles una plataforma para mejorar sus recursos y alcances. A través de la colaboración y el trabajo conjunto, los asociados pueden intercambiar conocimientos, tecnología y recursos financieros, lo que les permite mejorar la calidad de sus productos y aumentar su competitividad en el mercado. Asimismo, al unirse, tienen acceso a economías de escala y pueden reducir los costos de producción, lo que contribuye a mejorar su rentabilidad y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.
- **Ámbito político:** En el ámbito político, la asociatividad implica el respaldo del Estado o instituciones gubernamentales para apoyar la producción y obtener un mayor reconocimiento. Esto se manifiesta a través de políticas públicas que fomentan la formación de asociaciones y asignan recursos y subsidios para respaldar proyectos asociativos.

Además, las asociaciones pueden actuar como intermediarios entre el gobierno y el sector productivo, facilitando la comunicación y la cooperación en la implementación de políticas y programas que beneficien a los productores.

- **Ámbito social:** En el ámbito social, la asociatividad es crucial para el desarrollo y la mejora de las prácticas de producción, lo que contribuye a la competitividad en el mercado. Al trabajar en conjunto, los asociados pueden compartir experiencias y mejores prácticas, lo que les permite aprender unos de otros y adoptar nuevas tecnologías y técnicas de producción. Además, la asociatividad les permite responder de manera más efectiva a las demandas del mercado al coordinar la oferta y la demanda, lo que les otorga una mayor capacidad de adaptación y flexibilidad frente a los cambios en el entorno económico y social (16.)

2.2.1.4. Beneficios de la asociatividad.

Según el MINAGRI (2014), para los pequeños y medianos productores, la asociatividad representa una vía para alcanzar economías de escala, acceder a mercados más propicios y mejorar sus ingresos. Esta estrategia colaborativa permite obtener beneficios que serían difíciles de conseguir de forma individual, requiriendo un nivel de confianza mutua entre los participantes. Estos aspectos se ilustran de manera más clara en la siguiente tabla.

Tabla 3

Beneficios de la asociatividad

Dimensiones	Aspectos
Economía de escala	- Obtener descuentos al comprar insumos. - Mejorar la eficiencia en el uso de tecnologías.
Flexibilidad	- Acceder a mercados de mayor tamaño. - Habilidad para adaptarse a las variaciones en la demanda.
Difusión del conocimiento	- Compartir información y experiencia. - Mejorar la habilidad para gestionar estratégicamente.
Mayor fuerza de negociación	- Agilizar el proceso de aprendizaje. - Fortalecimiento de la capacidad de negociación con actores internos y externos (proveedores, clientes, gobierno, etc.)
Menos barreras a la entrada	- Enfoque específico de las empresas en diferentes etapas de producción y servicios. - Mayor facilidad para iniciar nuevos proyectos empresariales.
Pertenencia y eficiencia de las acciones de apoyo	- Incremento en las posibilidades de éxito derivadas de la colaboración entre instituciones públicas y privadas. - Mejor comprensión de las necesidades y mayor eficacia en la gestión de recursos.

Nota. Tomado del Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI (2014) en su informe

“Guía Para la promoción de la Asociatividad Empresarial Rural para el Acceso al Mercado”.

2.2.1.5. Objetivos de la asociatividad.

PromPerú (2014) señala que los propósitos de la asociatividad radican en compartir riesgos y reducir costos, lo que explica las razones para recurrir a ella:

- **Objetivos de comercialización:**

- Exploración de nuevas oportunidades de mercado para los productos existentes.
- Intercambio de datos comerciales.
- Introducción de nuevos productos al mercado.

- Colaboraciones comerciales.
- Estudios de mercado.
- Coordinación de la logística y distribución.
- Creación de consorcios para la exportación.
- Participación conjunta en inversiones.
- Prestación conjunta de servicios postventa
- **Objetivos financieros:**
 - Obtención de recursos financieros.
 - Reducción de gastos mediante compras en conjunto.
 - Realización de inversiones compartidas
- **Objetivos organizacionales:**
 - Mejora de los métodos de producción.
 - Implementación de estrategias planificadas.
 - Formación en conjunto.
 - Adquisición de tecnología para productos o procesos.
 - Investigación y avance tecnológico (pp. 13 - 14).

2.2.1.6. Tipos de la asociatividad.

Al respecto, MINCETUR (2008) señala los siguientes tipos de Asociatividad:

1. **Asociaciones cooperativas:** Grupos de empresas que comparten recursos, información o servicios sin perder su independencia. No hay una jerarquía clara y mantienen múltiples relaciones colaborativas para realizar acciones conjuntas de manera coordinada.

2. **Relaciones comerciales articuladas:** Vínculos continuos entre empresas que ofrecen productos y servicios y sus potenciales clientes, mediados a veces por un intermediario, agente o gestor comercial.
3. **Alianza de clústeres:** Similar a las cadenas de suministro, pero con empresas agrupadas geográficamente y vinculadas en una actividad productiva específica. Incluye no solo empresas, sino también instituciones que proporcionan servicios de apoyo empresarial.
4. **Alianza de cadenas de suministro:** Acuerdos entre diferentes actores que abarcan diversas etapas y procesos de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos. Implica una división de tareas donde cada actor realiza etapas específicas del proceso productivo.
5. **Empresa conjunta (*Joint venture*):** Creación de una nueva entidad legal por dos o más empresas, que operan bajo la estrategia competitiva de las empresas fundadoras.
6. **Consortio:** Según la legislación de sociedades, es un contrato mediante el cual dos o más personas se unen para participar activamente en un negocio o empresa con el fin de obtener un beneficio económico. (pp. 20 - 23).

De igual forma, PromPerú (2014) menciona lo siguiente:

1. **Contratación externa:** Relaciones entre diferentes niveles de la cadena de valor, generalmente involucrando pequeñas o medianas empresas que enfocan su producción en grandes clientes.

2. **Colaboraciones estratégicas:** Alianzas entre empresas competidoras en el mercado que cooperan en actividades específicas como investigación y desarrollo, compras, o comercialización.
3. **Distritos industriales:** Agrupaciones regionales de empresas de una misma industria que se complementan y cooperan para fortalecer su competitividad.
4. **Grupos empresariales:** Equipos de empresarios del mismo sector o sectores relacionados que se unen para compartir experiencias y resolver problemas en común.
5. **Redes de servicios:** Conjuntos de profesionales de diversas especialidades o instituciones que forman equipos interdisciplinarios para satisfacer las necesidades de sus clientes.
6. **Compras conjuntas:** Asociaciones de empresas que adquieren productos o servicios similares para aumentar su poder de negociación frente a los proveedores.
7. **Grupos de exportación:** Agrupaciones de empresas de un mismo sector que trabajan juntas en proyectos de exportación, guiadas por un coordinador que desarrolla estrategias para colocar sus productos en el extranjero.
8. **Clúster:** Agrupaciones geográficas de empresas interconectadas en una actividad productiva específica, que incluyen empresas y entidades de apoyo empresarial.
9. **Joint venture:** Sociedades formadas por dos o más empresas independientes que realizan actividades empresariales conforme a las estrategias competitivas de las empresas fundadoras.

10. Consorcio: Grupos conformados por dos o más individuos que se unen para participar activamente en una empresa o negocio con el propósito de obtener ganancias económicas, manteniendo su entidad jurídica y gestionándola de manera conjunta. (pp. 27 - 28).

2.2.1.7. Proceso del desarrollo de la asociatividad.

Grueso et al. (2009) afirman que los procesos de asociatividad son reconocidos por su capacidad de fomentar la cooperación entre empresas, generando beneficios tanto internos como externos. Estos mecanismos representan una valiosa herramienta para promover la colaboración empresarial y alcanzar ventajas competitivas en el entorno operativo. La asociatividad no solo beneficia a las empresas involucradas, sino que también contribuye al desarrollo de su entorno socioeconómico.

Según, PromPerú (2014) el proceso de conformar y desarrollar la asociatividad comprende cinco etapas cruciales. En primer lugar, está el reconocimiento de la necesidad de asociarse, seguido de la formación de la asociación, donde se establece la estructura organizativa. La tercera etapa implica la consolidación, fortaleciendo la comunicación y la confianza entre los miembros. Luego viene la etapa de crecimiento y expansión, buscando aumentar la participación y diversificar las actividades. Finalmente, la institucionalización asegura la sostenibilidad a largo plazo mediante la implementación de sistemas de gestión eficientes y la búsqueda de recursos. Estas etapas representan un proceso continuo y progresivo que permite a las asociaciones fortalecerse y alcanzar sus metas de manera efectiva:

A. Etapa de gestación: Este es el punto de partida para iniciar las acciones destinadas a establecer y consolidar el grupo asociativo, donde se

evalúa el potencial de cada empresa y se analizan las ventajas del proyecto.

- B. Etapa de estructuración:** En este momento, las partes involucradas han definido sus roles dentro del grupo y reconocen su importancia como una herramienta para alcanzar los objetivos establecidos. Se establecen estrategias para lograr los objetivos comunes.
- C. Etapa de madurez:** En esta fase, tanto las partes adquieren una identidad conjunta como grupo y tienen una comprensión clara de las acciones a seguir. Se determina la estructura legal, se sientan las bases para la autosostenibilidad del grupo y se implementan sistemas de control para garantizar el desarrollo futuro de la empresa.
- D. Etapa productiva:** Durante este lapso se realizan las acciones requeridas para lograr los resultados esperados.
- E. Etapa de declinación:** Este periodo se inicia cuando los resultados no son favorables y comienzan a disminuir (pp. 19 - 20).

2.2.2. Capacidad exportadora.

2.2.2.1. Definición.

Según el MINCETUR (2014) se refiere a la habilidad de una empresa, sin importar su tamaño, para vender sus productos o servicios en el mercado internacional, aprovechando al máximo sus recursos, capacidad de producción y situación financiera. Así mismo, Paredes (2016), se indica que la capacidad exportadora consiste en administrar de manera eficaz los recursos empresariales, capitalizando las fortalezas y abordando las debilidades, lo que capacita a las empresas para ingresar al mercado global, aprovechar las oportunidades y hacer frente a las posibles amenazas. De igual forma, este

conjunto de elementos restringe la robustez financiera de la empresa en términos de generación de ingresos, favoreciendo que las organizaciones empresariales que se fundamentan en sus recursos y habilidades tengan mayores oportunidades en el entorno (Correa et al., 2017).

2.2.2.2. Ecuación para medir el indicador de capacidad exportadora.

El artículo de Stefan (2012) presenta una propuesta interesante al mostrar una ecuación específica para medir el indicador de la capacidad exportadora. Esta ecuación, según el autor, se compone de una serie de variables clave que permiten evaluar de manera integral la capacidad de una organización para exportar sus productos. Al desarrollar esta ecuación, Stefan busca proporcionar a los investigadores y profesionales una herramienta práctica y precisa para analizar y comparar la capacidad exportadora de diferentes empresas o sectores industriales. La inclusión de variables relevantes en la ecuación es fundamental para garantizar su validez y utilidad en diversos contextos empresariales y económicos:

ICE= Indicador de Capacidad Exportadora

CP= Capacidad del producto

ECP= La empresa y su capacidad productiva

CC= La capacidad comercial

CG= La capacidad gerencial

Estas variables se evalúan en una escala del 1 al 4 según su grado de importancia. La variable que obtuvo una calificación de 4, resaltando como la más significativa según el estudio, es la capacidad del producto. La empresa y su capacidad productiva alcanzaron una calificación de 2.5, seguida por la capacidad comercial con un valor de 2, y la

capacidad gerencial con un valor de 1.5. Esto lleva a la formulación de la siguiente ecuación:

$$\text{ICE} = (\text{CP} \times 0,40) + (\text{ECP} \times 0,25) + (\text{CC} \times 0,20) + (\text{CG} \times 0,15)$$

La evaluación de la ecuación propuesta por Stefan (2012) permite analizar resultados que revelan el nivel de capacidad exportadora de una empresa. Estos resultados comprenden una serie de indicadores clave que reflejan tanto el desempeño actual como el potencial de la organización en el ámbito de las exportaciones. Al considerar factores como la cuota de mercado internacional, la diversificación de productos, la presencia en mercados emergentes y la eficiencia logística, se obtiene una visión integral de la capacidad exportadora de la empresa. Este análisis proporciona *insights* valiosos para la formulación de estrategias que impulsen el crecimiento y la competitividad en el mercado internacional:

Capacidad baja de exportación: por debajo de 2 puntos

Capacidad media de exportación: entre 2 y 2,65 puntos

Capacidad alta de exportación: por encima de 2,65 puntos.

2.2.2.3. Desarrollo exportador.

En su artículo científico sobre el desarrollo exportador, Escandón y Hurtado (2014) explican cómo las empresas pueden aprovechar los mercados internacionales con el propósito de expandirse. Además, analizan cómo evaluar las capacidades distintivas de las empresas en diversos aspectos para llevar a cabo el proceso de internacionalización de manera óptima.

Características que se evalúan:

- Nivel tecnológico.
- Sector de actividad.

- Intensidad exportadora del sector.
- Tasa de crecimiento.

2.3. Definición de términos básicos.

1. **Asociación.** - Se refiere a la unión de individuos dedicados a una actividad específica, compartiendo recursos y objetivos comunes, ya sean generales o particulares (PromPerú, 2014).
2. **Exportación.** - “Se trata del procedimiento mediante el cual una empresa vende productos o servicios que ha producido en un país a clientes que se encuentran en otro país” (Daniels et al., 2018, p. 483).
3. **Internacionalización empresarial.** - Se trata del proceso mediante el cual las empresas amplían sus operaciones, decidiendo si lo hacen a través de exportaciones, importaciones o inversiones (Valero et al., 2016, p. 131).
4. **Cadena de valor.** - Consiste en todas las actividades que intervienen en la creación de un producto, desde su elaboración hasta su distribución. Es esencial para identificar las ventajas competitivas de una empresa frente a sus competidores (Robben, 2016).
5. **Comercialización.** - Es el proceso de venta de productos o servicios a los clientes, con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa y obtener resultados favorables, como aumentar las ventas o satisfacer a los clientes (IICA, 2018).
6. **Competitividad.** - Hace referencia a la habilidad de las compañías de un país para desarrollar, diseñar, comercializar y fabricar sus productos en el mercado global, compitiendo con empresas de otras naciones (Munarriz, 2017, p. 36).

7. **Gestión.** - Implica realizar acciones con el fin de alcanzar los objetivos compartidos por un grupo de individuos que forman parte de una empresa u organización (Ropa & Alama, 2022).
8. **Logística.** - Se trata de las actividades que van desde la obtención de materias primas hasta la distribución del producto final al consumidor, con la finalidad de satisfacer sus requerimientos (MINCETUR, 2014).
9. **Oferta exportable.** - Se refiere a la capacidad de una empresa para entregar productos de calidad que satisfagan las demandas del mercado internacional, considerando aspectos financieros y comerciales (Macha, Yllescas, & Espinoza, 2021).
10. **Plan de negocio exportador.** - Es un documento que identifica los factores internos y externos relevantes para exportar un producto, sirviendo como guía para los empresarios interesados en la exportación (Munarriz, 2017).
11. **Potencial exportador.** - Se refiere a la aptitud de las empresas, independientemente de su tamaño, para vender productos en el extranjero, utilizando sus recursos y ajustándose a las condiciones del mercado internacional (MINCETUR, 2014).
12. **Dinamismo exportador.** - Se refiere al aumento en el número de empresas exportadoras en un país y al crecimiento de sus productos y servicios dirigidos al mercado internacional. Es un indicador importante para medir la internacionalización y las ventas al exterior de las empresas en un país.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

Hernández y Mendoza (2018) aseveran que las hipótesis son suposiciones iniciales sobre el fenómeno o problema investigado, formuladas como afirmaciones. Estas hipótesis guían el estudio al indicar lo que se busca probar y orientan la dirección de la investigación en el enfoque cuantitativo. Son respuestas provisionales a las preguntas de investigación que se deben confirmar o refutar durante el estudio. En este contexto, se plantean las hipótesis, tanto la general como las específicas, con el fin de verificar su validez en el estudio de investigación.

3.1.1. Hipótesis general.

La asociatividad se relaciona de manera directa y significativa con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

3.1.2. Hipótesis específicas.

HE₁: La dimensión estructural se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

HE₂: La dimensión relacional se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

HE₃: La dimensión de recursos se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

3.2. Identificación de variables

En este sentido, Hernández y Mendoza (2018) afirman que “Una variable es una característica o idea que puede cambiar y cuya variación puede ser medida u observada” (p. 125). Esta definición subraya la importancia de las variables como elementos clave en el proceso de investigación, ya que son los aspectos que se estudian, analizan y comparan para comprender fenómenos específicos. En el presente estudio, se han identificado varias variables relevantes que se consideran cruciales para examinar y comprender el tema en cuestión:

Tabla 4

Identificación de variables

Variables	Definición conceptual
Variable Independiente (Asociatividad)	“Es una modalidad de cooperación entre pequeños productores que mantienen su independencia y optan por unirse de manera voluntaria para lograr un objetivo común” (Mesía y Pinto, 2022, p. 51).
Variable Dependiente (Capacidad exportadora)	Es la capacidad de una empresa para administrar sus recursos y operaciones de manera efectiva, aprovechando sus puntos fuertes y abordando sus áreas de mejora. Esto le permite capitalizar las oportunidades que brindan los mercados internacionales, al tiempo que mitiga los riesgos y desafíos externos. En esencia, es la habilidad de la empresa para competir exitosamente en el ámbito global, maximizando sus ventajas competitivas y minimizando sus vulnerabilidades (Paredes, 2016).

Nota. La tabla evidencia los conceptos de las variables de la investigación. Elaboración propia.

En esta investigación, la asociatividad se identifica como la variable independiente, mientras que la capacidad exportadora se considera la variable dependiente. Este enfoque permite explorar cómo la formación y desarrollo de asociaciones impactan directamente en la capacidad de una empresa para exportar sus productos. Al establecer esta relación causal entre ambas variables, se busca comprender cómo la colaboración y la cooperación entre empresas pueden influir en el éxito en el

mercado internacional. Este análisis permitirá delimitar posibles áreas de mejora en la estrategia empresarial y promover un enfoque más colaborativo en el ámbito del comercio internacional.

3.2.1. Análisis de la variable independiente: Asociatividad.

Para PromPerú (2014), la asociatividad hace referencia a un conjunto de personas que se dedican a realizar una determinada acción y comparten voluntariamente conocimientos, recursos y objetivos comunes, ya sea de manera general o particular.

Asimismo, para Amézaga et al. (2013) afirman que, para lograr una gestión asociativa exitosa, los socios o miembros deben poseer una perspectiva a largo plazo y una visión compartida para alcanzar sus metas comunes. Además, sus valores y principios fundamentales deben estar alineados con la misión y visión de la asociación. Esta coherencia entre la visión futura, los objetivos conjuntos, los valores y los principios rectores guiarán las acciones y decisiones de los copartícipes, asegurando que trabajen de manera coordinada y unificada hacia el cumplimiento de sus propósitos asociativos.

De igual modo, la asociatividad según Spohn (2013), es un procedimiento gradual y de libre elección fundamentado en la relación de confianza mutua, que produce efectos perceptibles en la uniformidad de productos, en la estructura comercial, en el acceso mejorado a mercados dinámicos y en la generación de economías de escala. Además, el autor señala que para que una iniciativa asociativa sea exitosa, es crucial que su modelo de gestión empresarial esté orientado al mercado. Esto se traduce en un incremento del poder de negociación de los productores, al ofertar sus productos de manera conjunta y estandarizada, aprovechando las ventajas de las economías de escala y facilitando el ingreso a mercados más exigentes y lucrativos.

En esa misma línea, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2017), refieren que la asociatividad “es un mecanismo, en donde los integrantes deciden voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes, para la búsqueda de un objetivo común. En ella se encuentran dos elementos a destacar que son la participación voluntaria y los objetivos comunes”. (p. 2)

Así mismo, se puede entender según Santiago et al. (2015) que la asociatividad abarca las modalidades más avanzadas y sofisticadas del proceso de integración empresarial, y su implementación promueve el crecimiento económico y fortalece la capacidad competitiva de las empresas y sectores empresariales involucrados, contribuyendo así al desarrollo de las localidades. En ese sentido la asociatividad es una estrategia que va más allá de la colaboración entre empresas, ya que impulsa el crecimiento económico y fortalece la capacidad competitiva de los sectores empresariales involucrados.

3.2.1.1 Dimensiones de la variable asociatividad.

3.2.1.1.1. Dimensión 1: Estructural.

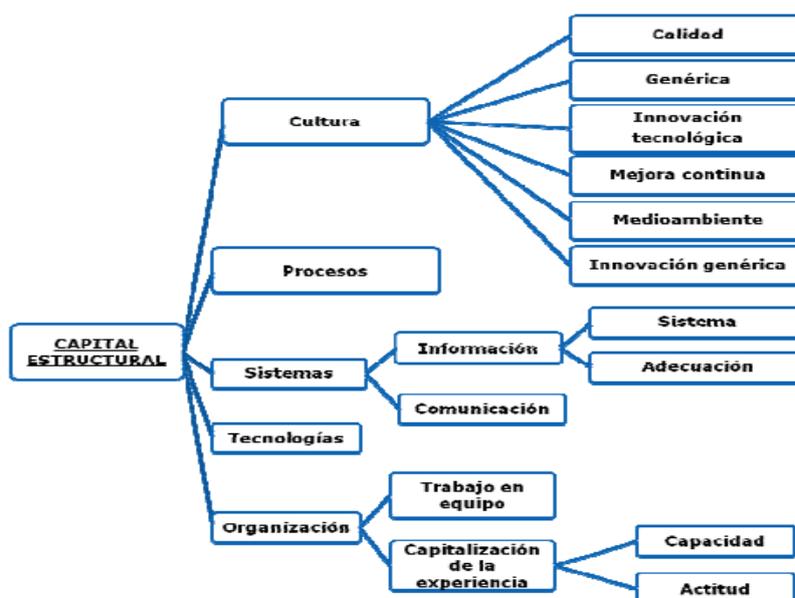
Esta dimensión implica la fortaleza de las conexiones, la disposición para intercambiar recursos y el dominio de los recursos valiosos reconocidos. Destaca la compleja red de relaciones de la empresa, tratando de comprender toda la interacción social que tiene lugar, centrándose en las características del sistema social y en la red de relaciones en su conjunto. En resumen, se centra en la robustez de las relaciones, la disposición para compartir recursos y la capacidad de acceder a recursos estratégicos, dando forma a la red completa de conexiones e interacciones sociales en la que opera la empresa. (Rodríguez de Pepe y Cervilla, 2020)

Al respecto, Zapata (2015) manifiesta que la dimensión estructural corresponde con un modelo estable de los elementos que conforman la organización, como las unidades orgánicas y los cargos. En esta estructura se llevan a cabo las actividades y procesos estratégicos, técnicos y operativos. Además, se distribuye el poder y la jerarquía, se establecen las relaciones formales de autoridad, subordinación y coordinación, también se asigna la capacidad para tomar decisiones a través de esta estructura.

De igual forma, Morena-Luzón et al (2001, como se citó en Zapata, 2015) menciona que la dimensión estructural está formada por la disposición espacial y jerárquica de los recursos materiales y humanos en una organización. Esto implica la división del trabajo, la creación de unidades organizativas, la asignación del poder formal en diferentes niveles jerárquicos, y cómo estos elementos interactúan entre sí como un sistema integrado.

Figura 6

Variables del capital estructural



Nota. Tomado de Evaluación y relaciones entre las dimensiones del capital intelectual: El caso de la cadena de la madera de Oberá (Argentina), (p. 75), por Matos et al, 2008.

Como se observa en la Figura 6, la estructura de una organización se compone de las principales áreas de la administración, por lo que es importante considerar también los sistemas y los procesos dentro de toda la empresa, ya que dependerá de esto poder unir las áreas lo más eficazmente posible para lograr los objetivos planteados por la empresa.

3.2.1.1.2. Dimensión 2: Relacional.

Entre los aspectos fundamentales de las relaciones se destacan los incentivos y la confianza, los cuales se derivan de la reputación de la organización. Estos elementos abarcan las expectativas sobre la motivación, el intercambio de recursos y el comportamiento adecuado dentro de la relación. En otras palabras, una buena reputación empresarial genera incentivos y fomenta la confianza para que otras partes deseen establecer vínculos, ya que se espera que haya una participación genuina y un intercambio equitativo de recursos por parte de todos los involucrados, conforme a las normas y con un comportamiento ético (Rodríguez de Pepe y Cervilla, 2020). De igual forma, Petrash (1998, como se citó en Martos et al, 2008) define la dimensión relacional como “la percepción de valor que tienen los clientes cuando hacen negocios con sus proveedores de bienes y servicios” (p. 74). Así mismo, Sánchez et al (2007) menciona que el concepto de capital relacional se basa en la idea de que las empresas no operan de forma aislada, sino que están interconectadas con su entorno. En este sentido, se considera capital relacional a aquellas relaciones que agregan valor a la entidad. Esto significa que no solo se consideran las relaciones con clientes, accionistas y proveedores, sino también con todos los grupos de interés, tanto dentro como fuera de la organización. En ese sentido, es recomendable fomentar la asociatividad entre empresas o empresarios que compartan objetivos de crecimiento similares. Al unirse en una asociación, estas empresas pueden

compartir recursos, conocimientos, y colaborar en la consecución de sus metas comunes. Esto les brinda la oportunidad de fortalecer su posición en el mercado y enfrentar desafíos de manera conjunta.

Figura 7

Variables del capital relacional



Nota. Tomado de Evaluación y relaciones entre las dimensiones del capital intelectual: El caso de la cadena de la madera de Oberá (Argentina) (p. 75), por Matos et al, 2008.

En base a la Figura 7, se entiende que la relación es importante sobre todo por el aspecto de cooperación que permite la maximización de las capacidades de las empresas, ya que al unirse pueden complementar aquellas debilidades de cada una de ellas, y tener

una respuesta más rápida y sólida frente a las amenazas que se presentarían dentro de un proceso de internacionalización.

3.2.1.1.3. Dimensión 3: De recursos.

Según Gulati et al. (2000), como se citó en Rodríguez de Pepe & Cervilla (2020) “un nodo que cuente con recursos en abundancia y capacidades adecuadas debería tener la capacidad de suministrar a la organización una fuente de recursos y capacidades” (p. 111). Por lo que, también se deben considerar los aspectos, recursos financieros y recursos humanos. Al respecto, Ibarra et al. (2016) el autor indica que la capacidad financiera se refiere a los recursos económicos disponibles que una pequeña o mediana empresa pueda poseer. Esto es crucial para iniciar un plan de exportación y establecer si tiene la capacidad para exportar y qué nivel de competitividad podría alcanzar en un mercado internacional en caso de exportar.

Por otra parte, los recursos humanos están vinculados al entorno empresarial y se refieren a la gestión que llevan a cabo los empleados en una organización. El objetivo es motivarlos para que mejoren su competitividad y productividad (Trebilcock, 2001). BBVA México S.A. (2023) enumera diversas subdivisiones de los recursos financieros, incluyendo aspectos como la inversión en activos tangibles e intangibles, el capital humano, y la investigación y desarrollo. Estas subdivisiones reflejan la diversidad de áreas en las que una empresa puede asignar sus recursos para mejorar su desempeño y competitividad en el mercado. El análisis detallado de estas subdivisiones proporciona una visión más completa de cómo se gestionan y utilizan los recursos dentro de la organización, lo que puede ayudar a optimizar la asignación de recursos y maximizar el retorno de inversión:

- A. Recursos humanos:** Los empleados, sin importar su rol o posición, son considerados recursos valiosos. Aunque las personas son recursos tangibles, su talento, experiencia y conocimientos constituyen elementos intangibles igualmente importantes.
- B. Recursos materiales:** Los activos tangibles, tanto muebles como inmuebles, que son parte del capital de la empresa y se emplean en la producción, planificación y entrega de servicios o productos al cliente, incluyendo establecimientos comerciales, almacenes, equipos informáticos, herramientas y vehículos de trabajo.
- C. Recursos tecnológicos:** Engloba programas informáticos, sistemas de monitoreo y seguridad, así como sistemas digitales de gestión, junto con la información que estos proporcionan.
- D. Recursos financieros:** La cantidad de dinero que suma el total de bienes tangibles de la empresa más el financiamiento para mantener las operaciones, como acciones, ingresos, efectivo y herramientas crediticias.
(BBVA, 2023)

Por otro lado, es igual de importante considerar la gestión de estos recursos, por lo que Ayala (2013, como se citó en Nicolás & Rubio, 2014), manifiesta que la gestión de recursos en el emprendimiento comercial es crucial tanto para el funcionamiento adecuado de la empresa a largo plazo como para su creación inicial. De igual manera, el acceso a los recursos puede ser determinante para que una persona decida aprovechar una idea de negocio y dar origen a una empresa. Es así que, se resalta la importancia de los recursos para el funcionamiento y desarrollo de una asociatividad. Estos recursos pueden ser financieros, humanos, tecnológicos o materiales, asimismo, su disponibilidad y

adecuada gestión permiten a la asociatividad llevar a cabo sus actividades de manera eficiente y efectiva.

3.2.2. Análisis de la variable dependiente: Capacidad exportadora.

Para Bernal (2016) “La variable dependiente, también denominada ‘resultado’ o ‘consecuencia’, surge como efecto o resultado de la influencia o acción ejercida por la variable independiente” (p.56). De esta manera, la variable dependiente es la capacidad exportadora, porque se verá afectada por los mecanismos de asociatividad de las empresas, como estrategia de internacionalización.

De igual forma, Paredes (2011) indica que la capacidad exportadora de una empresa se caracteriza por una serie de aspectos como los recursos disponibles, el rendimiento en el mercado nacional, los productos, procedimientos, etc. Estos elementos son determinantes para comprender las fortalezas y debilidades de la empresa en términos de exportación. No obstante, es esencial considerar los factores externos a la empresa para detectar oportunidades y enfrentar las amenazas en el mercado internacional.

En el mismo sentido, la capacidad exportadora de una empresa depende mucho de la gestión exportadora que se realice por parte del directorio; y es en la toma de decisiones y sus resultados que se puede medir la efectividad de la gestión. En opinión de Olave (2005) se entiende lo siguiente:

La gestión exportadora es el proceso de administrar continuamente con un enfoque holístico y sistémico todos los recursos de una empresa, con los procedimientos adecuados, tendientes a insertarse de manera eficiente, eficaz y rentable en los mercados internacionales, aplicando y dominando aspectos como: gestión empresarial integral, modernización, desarrollo tecnológico e innovador, investigación de mercados, internacionalización de la empresa, marketing

internacional, aspectos logísticos, tributarios y legales de la exportación y tratados de libre comercio, etc. (p. 144).

En base a la cita, se entiende que las decisiones acompañadas de investigación y un plan estructurado que contemple la innovación y el uso de tecnologías; pueden ser consideradas como decisiones favorables dentro de la gestión exportadora de una empresa que tiene como uno de sus objetivos el de surcar los riesgos en el comercio exterior.

La referencia a Molina et al. (2017) sobre los riesgos añade una capa de profundidad al análisis, ya que proporciona una base académica para comprender los peligros asociados con el tema en estudio. La tabla presentada por Molina et al. (2017) detalla específicamente los riesgos identificados, lo que permite una evaluación sistemática y exhaustiva de los posibles desafíos que enfrenta el área de investigación

Tabla 5

Riesgos básicos del comercio exterior

Riesgos básicos en el comercio exterior	
Riesgos comerciales	De resolución de contrato De crédito
Riesgos políticos y extraordinarios	
Riesgos financieros	Cambiaris De tipo de interés
Riesgos de transporte de mercancías	
	De naturaleza técnica y de calidad De inversiones productivas De comercio de compensación
Riesgos diversos	De prospección de mercados De asistencia de ferias comerciales De elevación de costes extraordinarios De ejecución de fianzas, justificada o no

Fuente: Hernández, 2003.

Nota. Tomado de Molina et al. (2017), “Diseño de un modelo de gestión de riesgos en la comercialización internacional de mercancías en las Pymes caso de estudio Pymes en Cartagena – Colombia” (p. 17).

3.2.2.1. Dimensiones de la variable capacidad exportadora.

3.2.2.1.1 Dimensión 1: Producto.

En primer lugar, el producto que se destinará al extranjero es de suma importancia ya que de esa forma se podrá hacer estudios en búsqueda de nichos de mercados en el mercado externo; así mismo, se podrá observar con mayor claridad si la oferta exportable es del agrado de los mercados extranjeros en el caso que esto no sea así, se evaluaría la posibilidad de cambiar aspectos como el empaque o la presentación.

Según Munarriz (2016), el producto representa lo que la empresa está fabricando, ajustándolo según el mercado al que se dirige, y realizando un análisis de sus puntos débiles y fuertes para diseñar las estrategias adecuadas.

Para Camacho (2022) la capacidad de productos “se trata de la capacidad de crear y lanzar al mercado nuevos productos dirigidos a la exportación, así como de gestionarlos de manera continua y actualizada. Por lo tanto, es necesario establecer planes que fomenten la innovación constante de productos para mantener la competitividad”. (p. 31).

En relación a esto, Vicente et al. (2015) aseveran que “para lograr una destacada habilidad en el desarrollo de nuevos productos, los directivos deben dedicar recursos a la investigación y el desarrollo para introducir ágilmente nuevos productos dirigidos al mercado de exportación” (p. 47). En este entorno, el avance en el desarrollo de productos está íntimamente ligado a la investigación y al progreso tecnológico, aspectos que se complementan y resultan esenciales para fortalecer esta capacidad.

En resumen, al crear productos nuevos, es fundamental tener en cuenta las demandas de los consumidores, ya que cualquier modificación en las funciones, características y atributos del producto debe orientarse hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.

Se identifica que para evaluar la capacidad de producto se tiene que tomar en cuenta los siguientes indicadores:

Figura 8

Desarrollo de producto



Nota. Tomado de “La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa”, 2018 (p. 21), por Hinojosa y Toledo, 2019. Universidad Tecnológica del Perú.

Como se percibe en la imagen, cada uno de los pasos es vital para el desarrollo del producto; sin embargo, uno resalta más, y es la satisfacción de necesidades, ya que es en base a ello que los productos se vuelven necesarios en la vida de los consumidores.

3.2.2.1.2 Dimensión 2: Gestión empresarial.

Según Munarriz (2017), la gestión empresarial indica a toda la administración de las actividades y procesos donde intervienen personal autorizado, para la fabricación del producto que cumpla con las exigencias del mercado, considerando lo siguiente:

- **Planificación:** Identificar los objetivos, la visión, análisis FODA, estrategias, análisis de los recursos y empresa.
- **Organización:** Establecer la estructura organizativa de la empresa y las responsabilidades de los miembros del equipo.

- **Ejecución:** El ente superior de la empresa organiza y dirige a los subordinados e integrantes para lograr los objetivos planteados.
- **Control:** Supervisar las actividades planteadas para el logro de las metas, en el tiempo establecido, evaluando si se sigue la secuencia programada y realizando seguimiento.

De igual forma, según Manual Planex (2017) menciona acerca de la administración, que es un proceso único que involucra la planificación, organización, ejecución y control de actividades. En ese sentido, la gestión administrativa implica dirigir estos procesos para llevar a cabo las actividades, teniendo en cuenta la organización, administración y la satisfacción del cliente. Es por ello que, considerando los cuatro puntos primordiales mencionados anteriormente, se debe realizar un diagnóstico interno para tener presente el nivel de capacidad que tienen los directivos al momento de realizar la gestión administrativa; especialmente cuando se realizará un plan de internacionalización.

Además, para lograr sobrellevar todos los obstáculos que se presentan durante las actividades de la empresa es importante que durante la gestión administrativa se tomen en cuenta los procesos al interior de la empresa. Según la Organización Panamericana de la Salud (2011) menciona que, para lograr los objetivos de una administración efectiva, es necesario abordar dos actividades esenciales: la gestión de recursos humanos, que implica definir la capacidad, número y funciones del personal necesario, y la gestión de recursos materiales, que implica definir los materiales, herramientas y equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa. En ese sentido, realizar una correcta asignación de los recursos, en base a la Organización Panamericana de la Salud (2011), es considerada

primordial al momento de realizar la gestión administrativa; por lo que también se debe hacer una asignación considerando las áreas y las actividades de cada una de ellas.

Figura 9

Actividades fundamentales desarrolladas en la gestión administrativa



Nota. Tomado de “Fortalecimiento de las juntas de saneamiento”, (p. 13), por Organización Panamericana de la Salud: Gestión empresarial, 2011, Organización Mundial de la Salud.

Es por ello, que como se observa anteriormente la gestión de los recursos de una empresa es de suma importancia para comprobar el nivel de capacidad exportadora que posea la organización.

3.2.2.1.3 Dimensión 3: Gestión de logística y mercados internacionales.

Según Munarriz (2017) esta aptitud implica analizar el entendimiento sobre las expectativas, requerimientos, tendencias, preferencias y cambios en los patrones de consumo, lo que posibilita proporcionar soluciones oportunas a través de tácticas de marketing, tomando en cuenta la distribución física a nivel internacional y la identificación de mercados exteriores. En esta evaluación se consideran los siguientes aspectos:

- Identificación de mercados internacionales.
- Proceso que integra diferentes áreas.

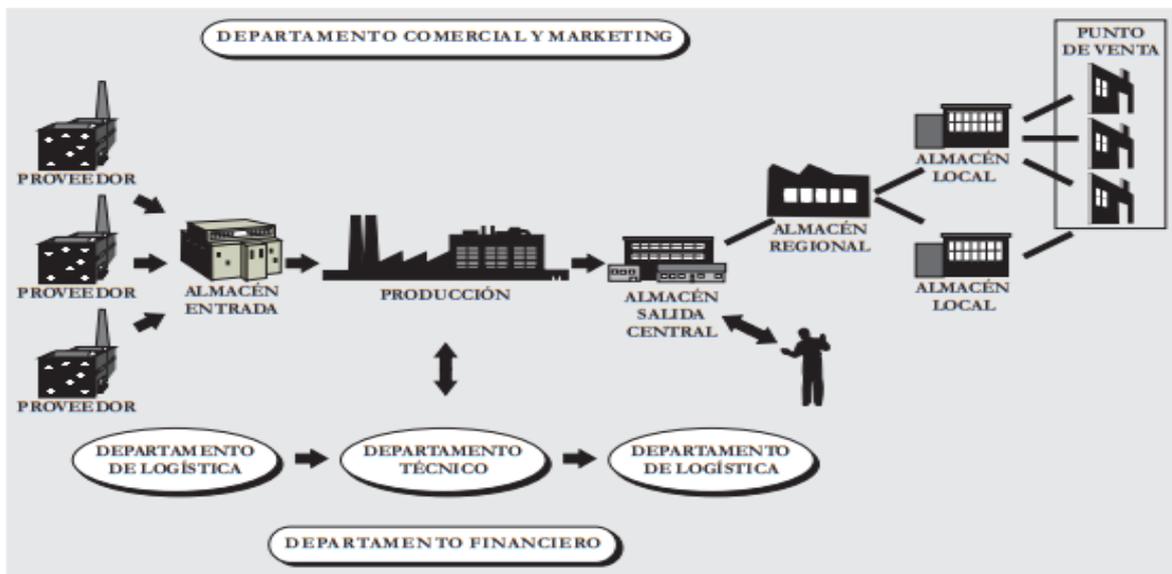
- Estrategias de mercadeo.
- Combinación de habilidades y conocimientos.
- Inteligencia en materia comercial.
- Estrategias para las operaciones comerciales

Así mismo, según el Manual Planex (2017), en el proceso de exportación, es esencial que la empresa se enfoque en dos aspectos clave: identificar los mercados internacionales para analizar la demanda y establecer una distribución física internacional que garantice que los productos cumplan con los requisitos de los mercados. Para lograrlo, se pueden considerar temas como desarrollo e investigación, logística exportadora y canales de distribución. Estos aspectos son fundamentales para asegurar que se cumplan con las expectativas de los mercados internacionales y los productos lleguen en condiciones óptimas. Por lo tanto, en el comercio internacional es tan importante poder vender el producto encontrado al consumidor perfecto, y también se debe ser capaz de entregar el producto en las mejores condiciones para su consumo, este indicador es de suma importancia, ya que permitirá entender cuál es el límite de las capacidades respecto a la distribución internacional.

Por otra parte, para conseguir esa distribución eficaz se tiene que tener en cuenta la red de logística y todas las partes que la conforman, ya que esta se aumenta al añadir aspectos como el control de aduanas o los medios de transportes intermodales o multimodales, dependiendo el país de destino.

Figura 10

Esquema simplificado de la red logística

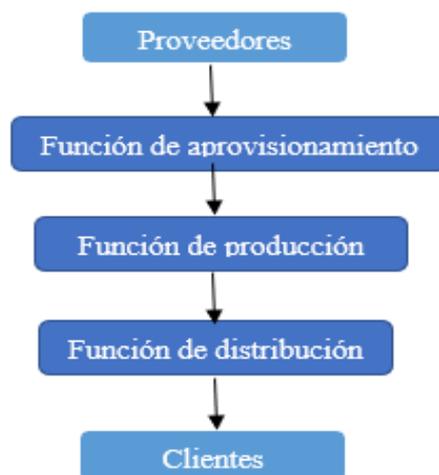


Nota. Tomado de Carro y González (2013) “Logística Empresarial” (p. 10).

La cita de Gómez (2014) aporta una perspectiva esencial sobre la gestión de la logística en las asociaciones exportadoras. Resalta la importancia de comprender y aplicar las funciones básicas de la logística empresarial dentro de este contexto específico. Estas funciones básicas abarcan desde la planificación estratégica hasta la ejecución eficiente de las operaciones logísticas, pasando por aspectos como la gestión de inventario, el transporte, el almacenamiento y la distribución de productos.

Figura 11

Funciones básicas de la logística



Nota. Tomado y adaptado de “Gestión logística y comercial”, por Gómez, J., 2014., Ciudad Real, España: McGraw Hill Education.

Como se puede observar en la red de logística y las funciones básicas que debe cumplir esta, se encuentra que la gestión logística es esencial para garantizar la eficiencia en la cadena de suministro desde la parte inicial donde se encuentran los proveedores hasta la llegada de los productos a los clientes finales, puesto que, el fin es satisfacer las expectativas del cliente, reducir costos y adaptarse a un entorno empresarial cambiante.

3.2.2.1.4 Dimensión 4: Gestión financiera.

En relación a la definición de la gestión financiera, Chapi y Ojeda (2017, como citó Huacchillo et al, 2020), mencionan que:

La gestión de los movimientos de los fondos con la finalidad de conseguir, mantener y utilizar el efectivo mediante una serie de herramienta o indicadores para cumplir con los objetivos que permitan establecer los parámetros en la asignación o distribución de los activos y pasivos. (p. 358)

De igual forma, Hanni y Aguilar (2017, como citó Huacchillo et al, 2020), definen a la gestión financiera como:

Los resultados de las necesidades para disponer la información de manera cuantitativa sobre los diferentes beneficios obtenidos para la realización de las actividades económicas para la toma de decisiones respecto a la situación financiera en una empresa, en cumplimiento de sus objetivos financieros, que permita su crecimiento. (p. 358)

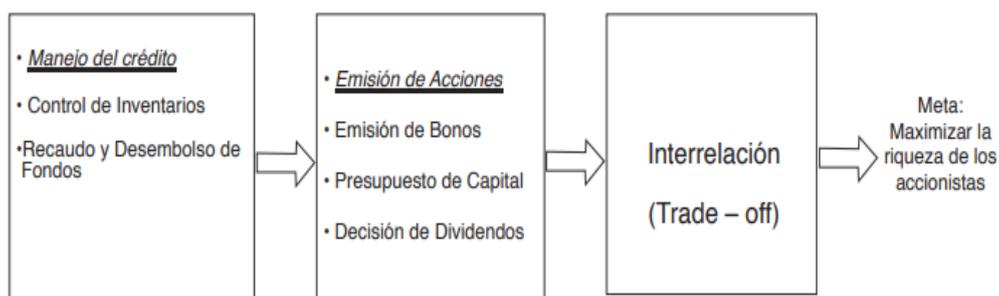
En ese sentido también Terrazas (2009) afirma que la gestión financiera en las empresas involucra diferentes aspectos:

La Gestión Financiera es el conjunto de actividades que comprenden la planificación, organización, dirección, control, monitoreo y coordinación del manejo de los recursos financieros dentro de una organización. Su propósito es maximizar los beneficios y resultados, operando de manera efectiva, respaldando la toma de decisiones financieras acertadas y generando oportunidades de inversión para la organización. (p. 57)

Con respecto a la cita anterior, se menciona que la gestión financiera busca la efectividad de la empresa, es por ello que para tener un alto margen de rentabilidad es importante conocer cuáles son las funciones de la gestión financiera, de esa manera sacar el mayor provecho posible bajo las tareas que le corresponde a esta área.

Figura 12

Funciones de la gestión financiera

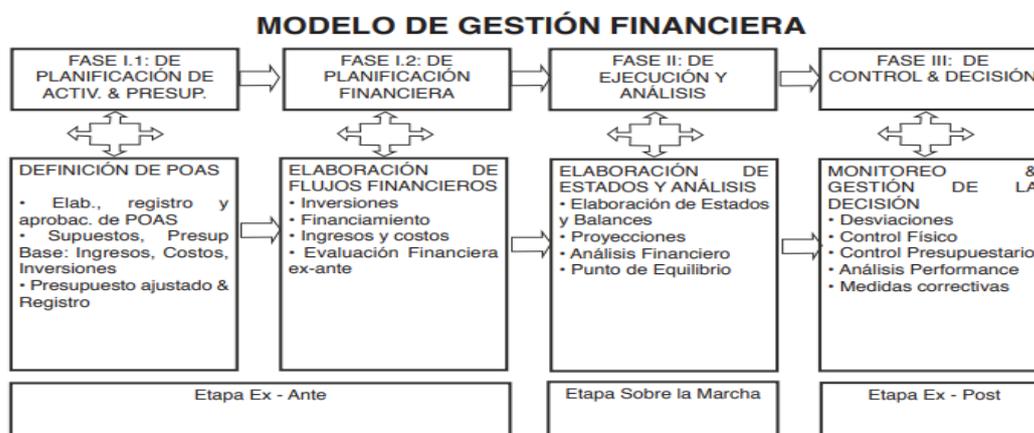


Nota. Tomado de “Modelo de gestión financiera para una organización”, (p. 58), por Terrazas, 2009. Universidad Católica Boliviana San Pablo.

En base a la figura, se puede entender que las funciones se clasifican con respecto a la etapa de la gestión financiera; en primer lugar, se encuentra el manejo de capital, en segundo lugar, se encuentra la generación de la riqueza y por último la maximización de las utilidades de la organización. Así mismo, se tiene que establecer un modelo de gestión para la eficiencia de la organización. Para ello, Terrazas (2009) presenta el siguiente modelo de gestión financiera.

Figura 13

Modelo de Gestión Financiera



Nota. Tomado de “Modelo de gestión financiera para una organización”, (p. 62), por Terrazas, 2009. Universidad Católica Boliviana San Pablo

3.3.Operacionalización de Variables

Tabla 6

Operacionalización de la variable independiente

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición	
Asociatividad	La asociatividad representa un método de colaboración entre pequeños productores, quienes conservan su autonomía y optan voluntariamente por unirse en pos de un objetivo compartido. (Mesía & Pinto, 2022, pág. 51)	Con el propósito de analizar la relación entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las compañías productoras de cacao en la provincia de Satipo, región Junín, en el año 2022, se recopilará información basada en las tres dimensiones de la variable independiente “asociatividad”. Esto se efectuará mediante la administración de cuestionarios de tipo escala Likert.	Dimensión estructural	- Fortaleza en las relaciones entre asociados.	1, 2, 3, 4 y 5	Cuestionario	ESCALA LIKERT	
				- Intercambio de recursos entre asociados.				
				- Interacción social entre asociados.				
			Dimensión relacional	- Confianza interorganizacional	6, 7, 8 y 9			(1) Muy poco o nada
				- Coordinación de actividades				(2) Poco
				- Fortaleza de los nexos				(3) Regular
			Dimensión recursos	- Calidad y cantidad.	10, 11, 12 y 13			(4) Bastante
				- Estandarización de la calidad.				(5) Totalmente
				- Maquinarias y equipos.				

Nota. La tabla, muestra la variable I, su definición conceptual, su definición operacional, sus dimensiones y sus indicadores, empleados en el estudio.

Fuente: Elaboración propia, según el contexto.

Tabla 7

Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
Capacidad exportadora	Se refiere a la capacidad integral de una empresa para realizar exportaciones, mejorando sus puntos fuertes y mitigando sus áreas de mejora, con el fin de aprovechar las oportunidades del mercado internacional y minimizar los riesgos externos (Munarriz, 2017)	Con el propósito de investigar la relación entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las compañías dedicadas a la producción de cacao en la provincia de Satipo, ubicada en la región de Junín, durante el año 2022, se recopilará información sobre las cuatro dimensiones de la variable dependiente. Esto se llevará a cabo mediante la utilización de cuestionarios que seguirán el formato de escala Likert.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Automatización de procesos. - Disposición de calidad y cantidad. - Las 4 E's. - Marca e imagen corporativa. - Estructura organizacional adecuada. - Cumplimiento de objetivos estratégicos. 	14, 15, 16, 17 y 18	Cuestionario	ESCALA LIKERT
			Gestión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificación de mercados internacionales. - Red de contactos, agentes, brokers representantes comerciales. 	19, 20		(1) Muy poco o nada (2) Poco (3) Regular
			Gestión logística	<ul style="list-style-type: none"> - Integración hacia atrás con proveedores de insumos y materias primas. - Cadena de suministros. - Reducción de costos logísticos. 	21, 22 y 23		(4) Bastante (5)
			Gestión financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Sujetos de créditos. - Participación en programas de emprendimientos. - Uso de mecanismo asociativo para mejorar imagen ante entidades financieras. 	24, 25 y 26		Totalmente

Nota. La tabla, muestra la variable II, su definición conceptual, su definición operacional, sus dimensiones y sus indicadores, empleados en el estudio.

Fuente: Elaboración propia, acorde al contexto.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Enfoque de la investigación

El presente estudio se realizó en base al enfoque cuantitativo. Según Bernal (2016), este enfoque se basa “en la evaluación de los atributos de los sucesos sociales, implica derivar una serie de proposiciones a partir de un marco conceptual relevante al tema analizado, que expresen relaciones entre las variables investigadas de manera deductiva” (p. 60). Esta aproximación permite abordar el estudio de manera sistemática y estructurada, utilizando técnicas estadísticas y análisis de datos para examinar y validar las relaciones propuestas entre las variables. Al adoptar este enfoque, se busca objetividad y precisión en la recolección y análisis de datos, lo que contribuye a la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos. Además, el enfoque cuantitativo permite generalizar los hallazgos a una población más amplia y establecer conclusiones basadas en evidencia empírica sólida

4.2. Tipo de investigación

La distinción entre investigación básica y aplicada ha sido establecida por varios autores y juega un papel fundamental en la orientación y alcance de los estudios científicos. La investigación básica se enfoca en la búsqueda de conocimientos fundamentales y teóricos sin considerar su aplicación inmediata, mientras que la investigación aplicada tiene como objetivo la resolución de problemas prácticos o la generación de soluciones concretas para situaciones específicas. En este contexto, el presente estudio ha seguido los lineamientos de una investigación aplicada, lo que implica que su objetivo principal es abordar problemas o cuestiones prácticas y aplicar los conocimientos obtenidos para mejorar la comprensión o resolver situaciones reales en un contexto determinado. En este sentido, una investigación aplicada “se enfoca en resolver problemas dentro de un contexto específico; es decir, su

objetivo es aplicar conocimientos de una o varias áreas especializadas con el fin de implementar soluciones prácticas para satisfacer necesidades específicas” (DuocUC., 2022, párr. 4).

4.3. Nivel de investigación

En este sentido, el enfoque de la investigación se centró en un nivel correlacional. Según Hernández y Mendoza (2018) aseveran que “son investigaciones que buscan establecer relaciones entre conceptos, fenómenos, hechos o variables, midiendo estas últimas y su interrelación mediante métodos estadísticos” (p. 109). Este nivel permite identificar patrones y tendencias en los datos, así como evaluar la fuerza y la dirección de las relaciones entre las variables estudiadas. Al centrarse en la correlación entre variables, esta perspectiva proporciona información valiosa sobre cómo cambian o se relacionan entre sí diferentes aspectos del fenómeno bajo estudio. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la correlación no implica causalidad; es decir, el hecho de que dos variables estén relacionadas no significa necesariamente que una cause la otra. Por lo tanto, este enfoque permite explorar asociaciones y posibles conexiones entre variables, pero no puede establecer con certeza la dirección o el origen de estas relaciones. En resumen, al basarse en un enfoque correlacional, esta investigación se ha centrado en identificar y analizar las relaciones entre variables de interés, utilizando métodos estadísticos para medir la fuerza y la dirección de estas relaciones, sin asumir necesariamente una relación causal entre ellas

4.4. Método de investigación

Además del método científico, se distinguen dos aspectos principales: el deductivo y el inductivo. En este análisis se utilizó el método deductivo. Según Bernal (2016), el método deductivo “se trata de comenzar con premisas generales para derivar explicaciones específicas. En otras palabras, implica iniciar el análisis desde postulados, teorías, leyes, principios, etc., que tienen una aplicabilidad universal y han sido validados, y luego aplicarlos a situaciones o fenómenos particulares” (p. 71)

La presente investigación se desarrolló bajo el método científico – deductivo.

4.5. Diseño de investigación

Referente al diseño, Ríos (2017) asevera que, un estudio transversal “La recolección de datos se lleva a cabo en un periodo breve o en un momento específico en el tiempo. Debido a esta característica, no es capaz de analizar tendencias” (p. 85). Así mismo, Hernández y Mendoza (2018) destacan que “en el enfoque cuantitativo, el investigador emplea sus diseños para evaluar la validez de las hipótesis planteadas en un contexto específico o para abordar preguntas de investigación exploratorias o descriptivas” (p. 150). Entonces, se utilizó un diseño transversal no experimental, ya que el objetivo era examinar la relación entre las variables sin intervenir en su manipulación.

4.6. Población y muestra.

4.6.1. Población.

Hernández y Mendoza (2018) describen la población como el “conjunto de todos los casos que cumplen con ciertas características específicas” (p. 199). De manera similar, Ñaupás et al. (2018) indican que la población consiste en el grupo de individuos o entidades que son objeto de estudio.

En el contexto de esta investigación, la población bajo estudio estuvo específicamente definida como las 10 empresas productoras y exportadoras de cacao ubicadas en la provincia de Satipo, en la región Junín. Esta delimitación proporciona un enfoque claro y definido para la investigación, centrándose en un grupo específico de entidades relevantes para el tema de estudio. Al concentrarse en estas empresas, se pudo obtener una comprensión más detallada y específica de las prácticas, desafíos y oportunidades dentro del sector de producción y exportación de cacao en esta región.

Tabla 8

Empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo

N°	RUC	ORGANIZACIÓN PRODUCTORA	DIRECCIÓN
1	20604227578	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES BIO EMPRENDEDORES VRAEM	CAL.BRISAS DEL PACIFICO NRO. S/N A.V. FUNDO SAN ANTONIO (S79675323 -ESPALDA DE RECREO CASA BLANCA) RIO NEGRO, SATIPO, JUNÍN
2	20602935338	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAFÉ ALTO VILLA VICTORIA	ALTO VILLA VICTORIA, SATIPO, JUNÍN
3	20601600707	ORGANIC EXPORT CENTER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JR. PRIMAVERA S/N, SECTOR UNIDO LOTE. 1 C.P. SAN RAMON DE PANGO, PANGO, SATIPO, JUNÍN
4	20600329848	COOPERATIVA AGRARIA INTERCULTURAL CAFE Y CACAO DE RIO TAMBO - VRAEM	JR. LOS NOGALES LOTE. 03 URB. LA CABAÑA (FRENTE AL GRIFO EL SOL), RÍO NEGRO, SATIPO, JUNÍN
5	20568190450	ASOCIACION DE PRODUCTORES KEMITO - ENE	JR. FRANCISCO IRAZOLA NRO. 1401 URB. SATIPO, JUNÍN
6	20487242994	COOPERATIVA AGRARIA ECOLOGICA CACAOTERA VALLE RIO ENE - COOPAVRE	AV. MICAELA BASTIDAS NRO. 839 URB. SATIPO, SATIPO, JUNIN
7	20487107949	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE SANTA ROSA DE CHIRIARI	AV. DEL PANGO MZA. 23 LOTE. 9 URB. MAZAMARI, SATIPO, JUNIN
8	20486973219	“ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRARIOS DE NAYLAMP DE SONOMORO”	JR. LAS PALMERAS NRO. SN CP NAYLAMP DE SONOMORO, PANGO, SATIPO, JUNÍN
9	20135240681	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGO LT	AV. LOS CAFETALEROS NRO. 600 SAN MARTIN DE PANGO, SATIPO, JUNIN
10	20129529530	COOP AGRARIA CAFETALERA SATIPO LTDA	JR. MANUEL PRADO NRO. 433, SATIPO, JUNIN

Nota. Elaborado en base a la información proporcionada por PromPerú (2023).

4.6.2. Muestra.

Bernal (2016) resalta que la muestra “la muestra es la porción seleccionada de la población de la cual se obtiene la información necesaria para llevar a cabo la investigación. Es sobre esta muestra que se realizan mediciones y observaciones de las variables de interés” (p. 211). En este análisis, se utilizó un tipo de muestra no probabilística por conveniencia

4.6.2.1.Unidad de análisis.

En esta investigación, la unidad de análisis se enfocó en las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo, ubicada en la región Junín. Esta delimitación específica proporciona un marco claro para examinar en detalle las características, prácticas y desafíos de estas empresas en particular dentro del sector cacaotero de la región. Al elegir estas empresas como la unidad de análisis, se pudo obtener una comprensión más profunda y contextualizada de su papel en la economía local y regional, así como de su contribución al sector agrícola y al comercio internacional.

4.6.2.2.Tamaño de la muestra.

En este estudio, se manejó una muestra probabilística obtenida por conveniencia. Respecto a la muestra por conveniencia, Hernández (2021), refiere que “se elige de acuerdo con la conveniencia de investigador, le permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio” (p. 2).

4.6.2.3.Selección de la muestra.

Conociéndose la dimensión de la población, la elección de la muestra se determinó aplicar la muestra por conveniencia, puesto, que el número de empresas exportadoras y productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín es reducido. Siendo así, se precisó aplicar la encuesta a las 10 empresas (asociaciones, cooperativas y/o productores de cacao) que se muestran en la tabla 8.

4.7. Técnicas.

Para Bernal (2016) la técnica de encuesta se dedica a recopilar datos e información mediante un grupo de interrogantes preparadas con ese propósito. En este estudio, se optó por utilizar la técnica de la encuesta para acopiar datos sin alterar el contexto del lugar de trabajo.

4.8. Instrumento.

El cuestionario fue el instrumento empleado para ambas variables. Para Ñaupas et al. (2018), el cuestionario radica en formular preguntas escritas de manera sistemática en una hoja, todas asociadas con la hipótesis de investigación. Su propósito es acopiar información para la contrastación de la hipótesis del estudio.

4.9. Técnicas estadísticas de análisis de datos.

4.9.1. Confiabilidad.

Según Ñaupas et al. (2018), la confiabilidad de los resultados es crucial para determinar su significatividad y validez en el contexto de la investigación. La confiabilidad hace referencia a la consistencia y estabilidad de los resultados obtenidos a través de un estudio, lo que implica que los datos sean reproducibles y consistentes en diferentes momentos y contextos. Una alta confiabilidad indica que los resultados son confiables y pueden ser considerados como una representación precisa de la realidad, lo que aumenta la credibilidad y la utilidad de la investigación. Por lo tanto, garantizar la confiabilidad de los resultados es esencial para tomar decisiones informadas y fundamentadas en la evidencia científica. A continuación, se muestra la confiabilidad del instrumento de recolección de datos, tanto para la variable I (independiente), como para la variable II (dependiente), el cual fue determinado con base al Alfa de Cronbach, de igual forma, se realizó la confiabilidad de los ítems del cuestionario, el cual se dividió en 10 ítems (preguntas) por cada una de las variables de estudio.

Tabla 9

Escala de interpretación de coeficiente de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0,53 a menos	Nula confiabilidad
0,54 a 0,59	Baja confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Perfecta confiabilidad

Nota. Adaptado de “Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis” (p. 279), por Ñaupas et al. (2018).

Se empleó la fórmula siguiente para estimar el coeficiente Alfa de Cronbach y así evaluar la confiabilidad de los instrumentos:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

Análisis de confiabilidad variable I.

Consideró una muestra piloto de n=10 empresas productoras y exportadoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, donde se efectuó el instrumento previamente, el nivel de desarrollo de asociatividad y demostrar la confiabilidad del instrumento.

Tabla 10

Confiabilidad del instrumento - variable I

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de ítems
0,926	10

Nota. Elaboración propia - Aplicación del instrumento.

Se destaca que en la escala de asociatividad el coeficiente Alfa de Cronbach (0,926) expone una excelente confiabilidad (según la tabla 9), porque se halla en el intervalo de 0,72 a 0,99.

Tabla 11

Confiabilidad del instrumento según ítems - variable I

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
i1	31,00	64,667	0,909	0,907
i2	31,00	76,444	0,522	0,928
i3	31,50	66,056	0,741	0,919
i4	31,20	66,844	0,684	0,923
i5	31,40	69,378	0,879	0,911
i6	31,60	72,044	0,617	0,924
i7	30,60	76,711	0,677	0,923
i8	31,50	73,167	0,763	0,918
i9	31,30	73,789	0,599	0,925
i10	31,20	63,289	0,906	0,907

Nota. Elaborado en el software SPSS versión 25 a partir de los datos del instrumento

Se observa el resultado luego de aplicarse la confiabilidad por ítems, donde los ítems i1, i5, i10 resultan ser algunos de los más significativos ya que si se omite o suprime alguno de ellos la confiabilidad disminuye.

Análisis de confiabilidad variable II.

Se consideró una muestra piloto de n=10 empresas productoras y exportadoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, aplicándose el instrumento previamente, para valorar el desarrollo de la capacidad exportadora y comprobar la confiabilidad del instrumento.

Tabla 12

Confiabilidad del instrumento - variable II

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de ítems
0,811	10

Nota. Elaboración propia - Aplicación del instrumento.

Se observa que en la escala de la capacidad exportadora el coeficiente Alfa de Cronbach (0,811) expone una excelente confiabilidad (según la tabla 9), porque se halla en el intervalo de 0,72 a 0,99.

Tabla 13

Confiabilidad del instrumento según ítems - variable II

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
i01	30,10	46,544	0,248	0,824
i02	29,40	47,822	0,346	0,808
i03	30,10	42,322	0,598	0,783
i04	30,30	48,678	0,131	0,838
i05	29,80	47,511	0,258	0,819
i06	29,50	43,611	0,683	0,779
i07	30,10	38,322	0,658	0,773
i08	30,10	41,656	0,812	0,765
i09	29,90	42,767	0,591	0,784
i010	29,50	39,611	0,830	0,757

Nota. Elaborado en el software SPSS versión 25 a partir de los datos del instrumento

Se observa el resultado luego de aplicarse la confiabilidad por ítems, donde los ítems i06, i07, i08, i010 resultan ser algunos de los más significativos, porque si se omite o suprime alguno de ellos la confiabilidad disminuye.

4.9.2. Validez.

Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la validez se refiere al grado en que un instrumento mide adecuadamente la variable que se desea evaluar. Por lo cual, para el presente estudio, la validez del instrumento de recolección de datos fue determinada por juicio de expertos de dos especialistas en el tema objetivo de estudio. De este modo, se validó el instrumento mediante fichas de validación que fueron evaluadas por expertos. Esto incluyó la

validación del instrumento de recolección de datos por criterio de expertos y la escala dicotómica para la evaluación por expertos (Anexo 3).

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1. Descripción del trabajo de campo.

Los datos de investigación se recolectaron de la siguiente manera:

- a) Se diseñó una encuesta que abordaba ambas variables.
- b) Se encuestaron a los empresarios pertenecientes a asociaciones y cooperativas productoras de cacao en la provincia de Satipo, región Junín.
- c) Luego, se creó una base de datos y se analizaron los resultados utilizando el software SPSS versión 25.
- d) Se generaron gráficos descriptivos de las variables.
- e) Para probar la hipótesis, se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson (R), ya que los datos seguían una distribución normal.

5.2. Presentación de resultados.

5.2.1. Variable independiente asociatividad.

Tabla 14

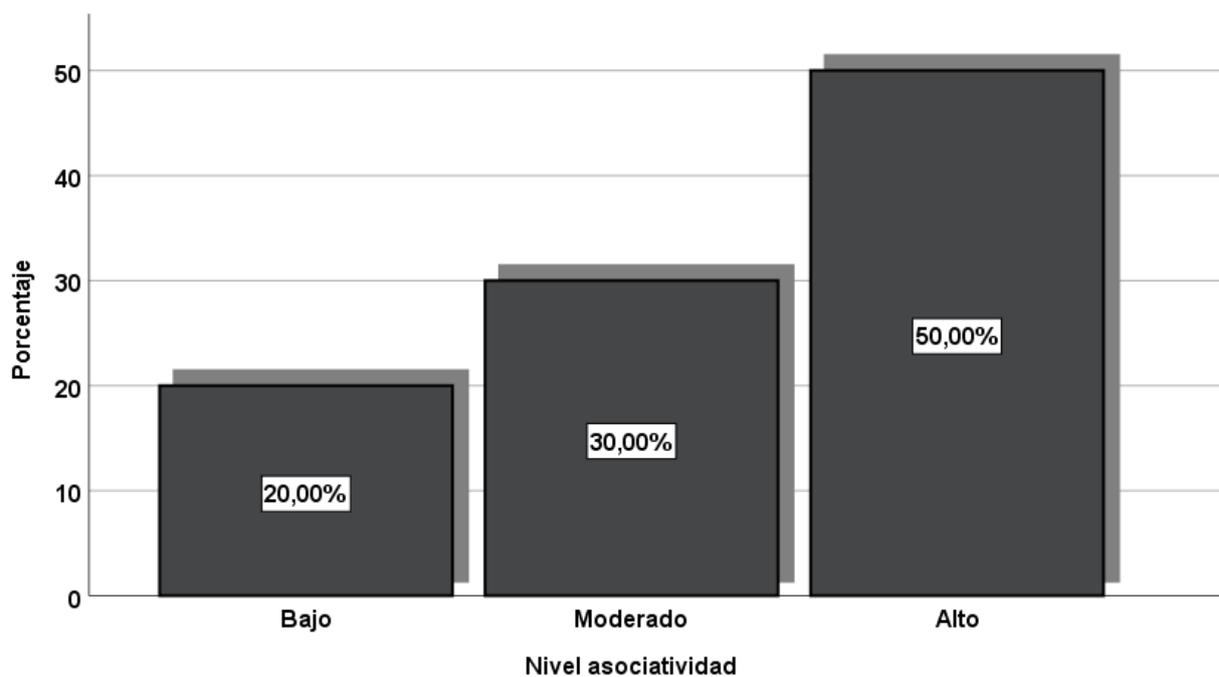
Información de la variable asociatividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	20,0	20,0	20,0
Válido Moderado	3	30,0	30,0	50,0
Alto	5	50,0	50,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 14

Porcentaje de los datos de la variable asociatividad



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 14 y Figura 14 de la variable asociatividad, en la aplicación del cuestionario; se resalta que el 50.0%, en otros términos, 5 empresas muestran mayor nivel de asociatividad, el 30.0%; en otros términos, 3 empresas muestran un moderado nivel de asociatividad y el 20.0%, es decir, solo 2 empresas exponen un bajo nivel de asociatividad. En este sentido, se afirma que gran parte de las empresas (asociaciones, cooperativas y/o productores asociados) muestran un mayor nivel desarrollo al haber aplicado algún mecanismo de asociatividad.

5.2.1.1. Dimensión estructural

Tabla 15

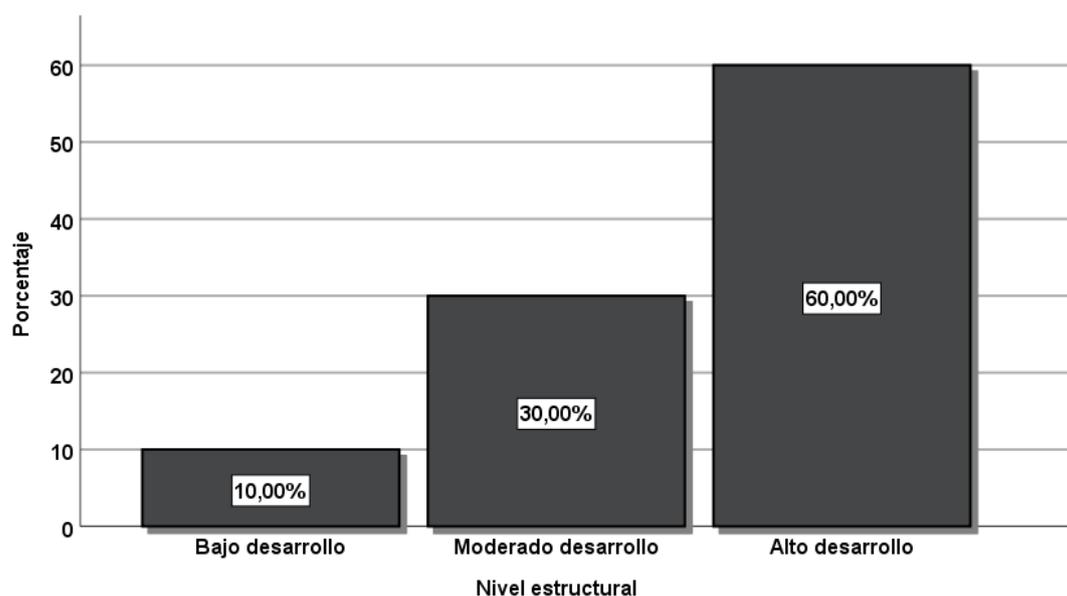
Información de la dimensión estructural

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo desarrollo	1	10,0	10,0	10,0
Válido Moderado desarrollo	3	30,0	30,0	40,0
Alto desarrollo	6	60,0	60,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 15

Porcentaje de los datos de la dimensión estructural



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 15 y Figura 15, correspondientes a la dimensión estructural como parte de la asociatividad, en la aplicación del cuestionario; se resalta que el 60.0%, en otros términos, 6 empresas exponen un alto desarrollo estructural, el 30,0%, en otros términos, 3 empresas muestran un moderado desarrollo en la dimensión mencionada, mientras que, el 10,0%, es decir, solo una empresa presenta un bajo desarrollo. En este sentido, se afirma que la gran

mayoría de las empresas (asociaciones, cooperativas y/o productores asociados) encuestadas muestran un buen nivel de desarrollo estructural.

5.2.1.2. Dimensión relacional.

Tabla 16

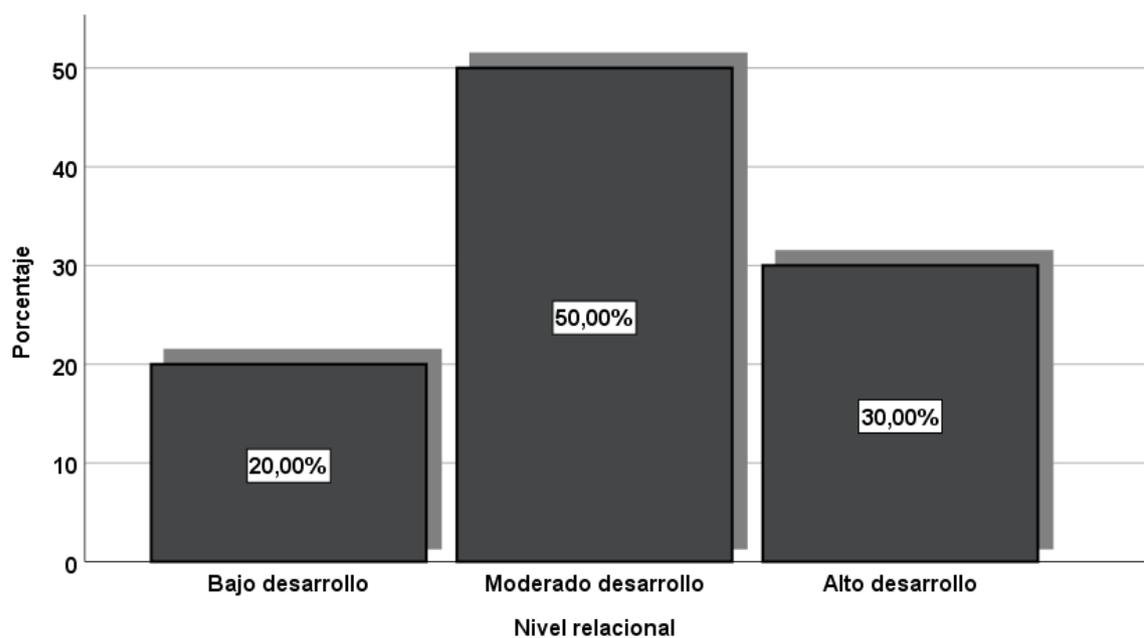
Información de la dimensión relacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo desarrollo	2	20,0	20,0	20,0
Moderado desarrollo	5	50,0	50,0	70,0
Alto desarrollo	3	30,0	30,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 16

Porcentaje de los datos de la dimensión relacional



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 16 y Figura 16, correspondientes a la dimensión relacional como parte de la asociatividad, en la aplicación del cuestionario; se destaca que el 50.0%, en otros

términos, 5 empresas exponen un moderado desarrollo relacional, el 30,0%, en otros términos, 3 empresas exponen un alto desarrollo en la dimensión mencionada, mientras que, el 20,0%, en otros términos, 2 empresas presentan un bajo desarrollo. En este sentido, se afirma que la gran mayoría de las empresas (asociaciones, cooperativas y/o productores asociados) encuestadas muestran un buen nivel de desarrollo relacional.

5.2.1.3. Dimensión recursos.

Tabla 17

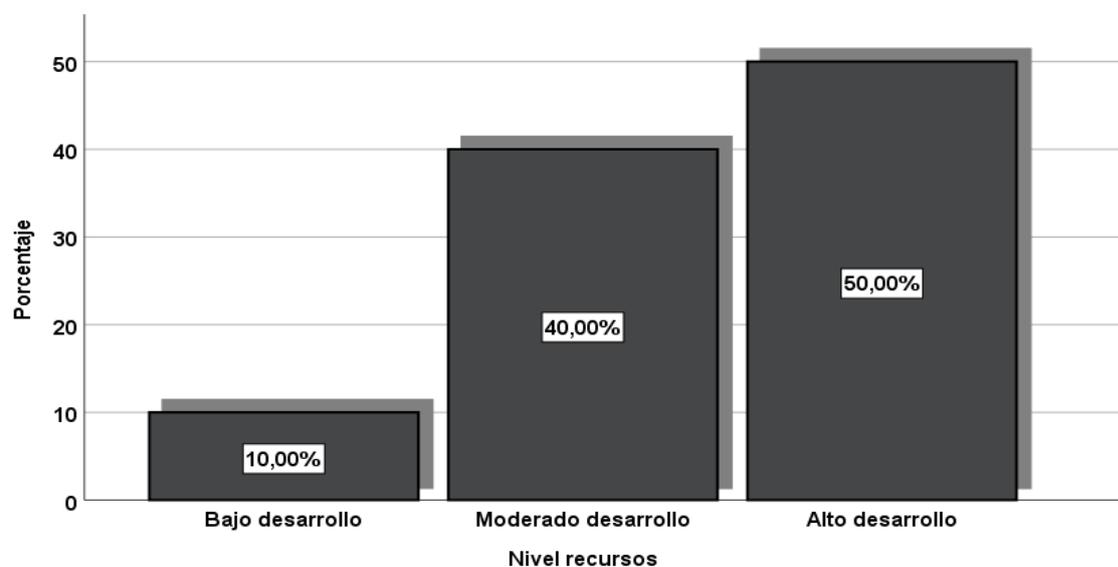
Información de la dimensión recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo desarrollo	1	10,0	10,0	10,0
	Moderado desarrollo	4	40,0	40,0	50,0
	Alto desarrollo	5	50,0	50,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 17

Porcentaje de los datos de la dimensión cooperación asociada



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 17 y Figura 17, correspondientes a la dimensión recursos como parte de la asociatividad, en la aplicación del cuestionario; se destaca que el 50.0%, en otros términos, 5 empresas exponen un alto nivel de desarrollo de recursos, el 40,0%, en otros términos, 4 empresas exponen un moderado desarrollo en la dimensión mencionada, mientras que, el 10,0%, en otros términos, solo una empresa presenta un bajo desarrollo. En este sentido, se afirma que la gran mayoría de las empresas (asociaciones, cooperativas y/o productores asociados) encuestadas muestran un buen nivel de desarrollo de recursos.

5.2.2. Variable capacidad exportadora.

Tabla 18

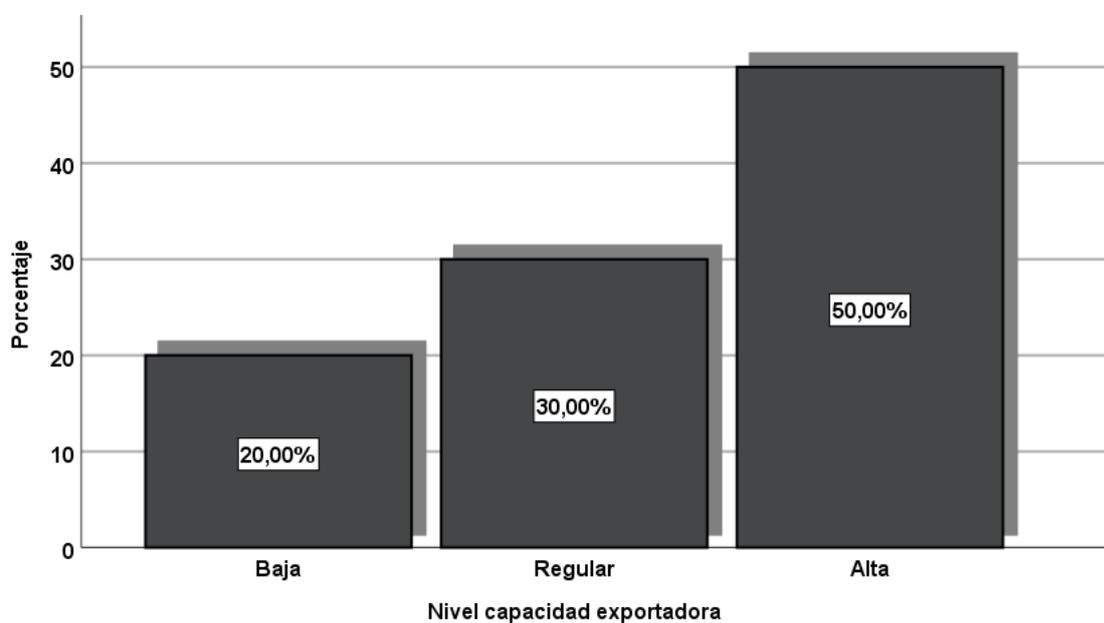
Información de la variable capacidad exportadora

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	2	20,0	20,0	20,0
Válido Regular	3	30,0	30,0	50,0
Alta	5	50,0	50,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 18

Porcentaje de los datos de la capacidad exportadora



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 18 y Figura 18, correspondientes a la variable capacidad exportadora, en la aplicación del cuestionario; se destaca que el 50.0%, en otros términos, 5 empresas poseen una alta capacidad exportadora; el 30,0%, en otros términos, 3 empresas poseen un regular nivel de capacidad exportadora y, el 20.0%, en otros términos, 2 empresas tienen una baja capacidad exportadora.

5.2.2.1. Dimensión producto.

Tabla 19

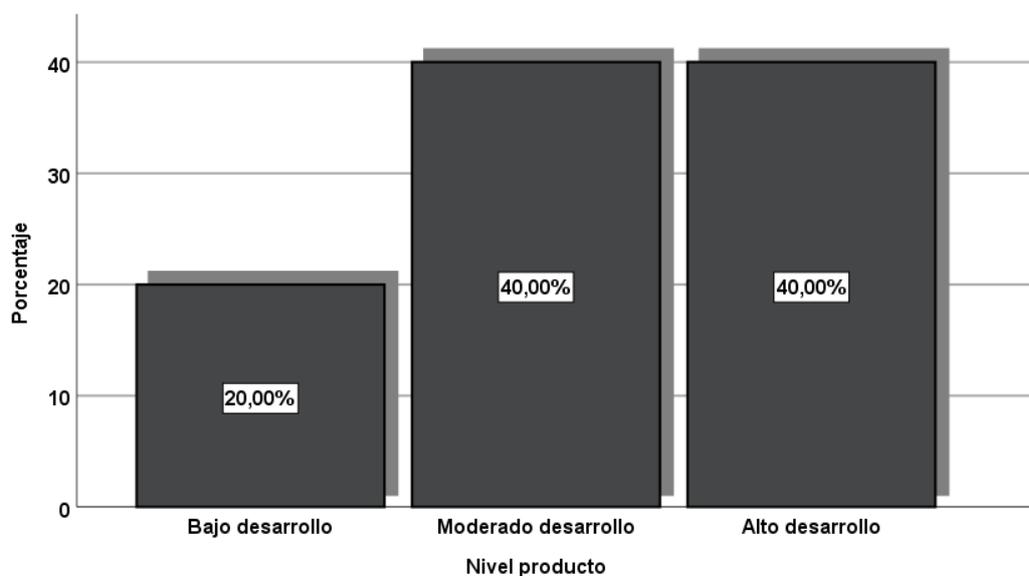
Información de la dimensión producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo desarrollo	2	20,0	20,0	20,0
Válido Moderado desarrollo	4	40,0	40,0	60,0
Alto desarrollo	4	40,0	40,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 19

Porcentaje de los datos de la dimensión producto



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 19 y Figura 19, correspondientes a la dimensión producto, en la aplicación del cuestionario; se destaca que el 40.0%, en otros términos, 4 empresas tienen un alto desarrollo en la dimensión mencionada; en la misma proporción el 40,00%, es decir, 4 empresas tienen un moderado desarrollo, en tanto que el 20.0%, en otros términos, 2 empresas poseen un bajo nivel de desarrollo. En este sentido, se observa que un gran número de empresas encuestadas poseen un mayor nivel de desarrollo en la dimensión producto.

5.2.2.2. Dimensión gestión empresarial.

Tabla 20

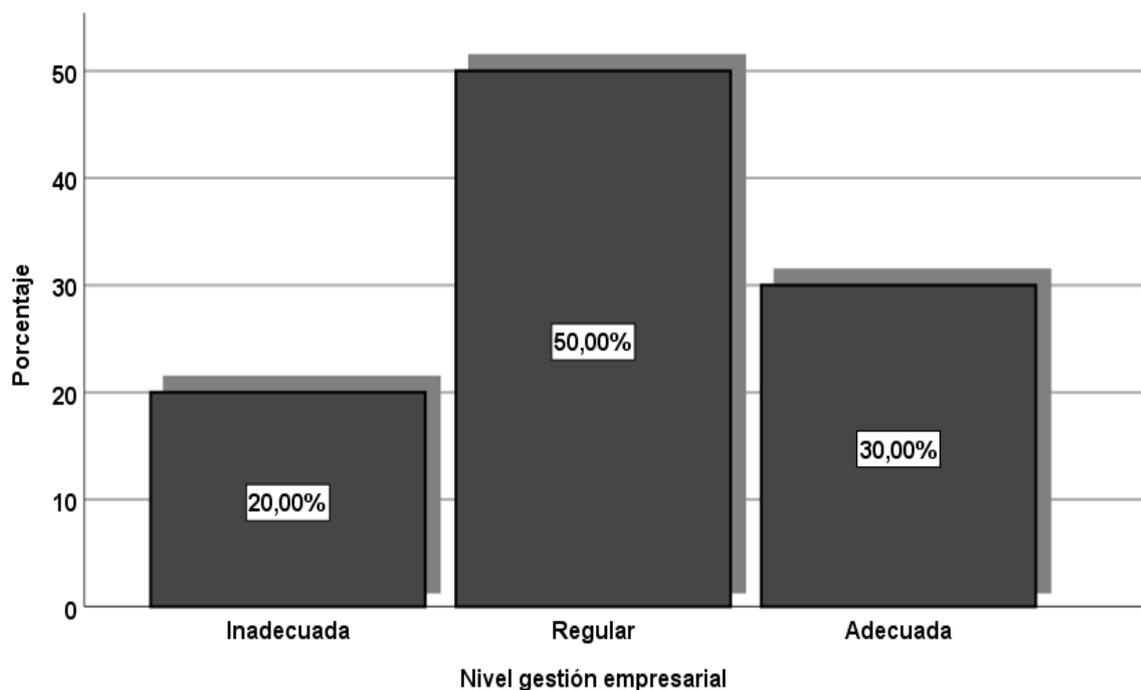
Información de la dimensión gestión empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Inadecuada	2	20,0	20,0	20,0
Válido Regular	5	50,0	50,0	70,0
Adecuada	3	30,0	30,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 20

Porcentaje de los datos de la dimensión gestión empresarial



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 20 y Figura 20, correspondientes a la dimensión gestión empresarial, en la aplicación del cuestionario; se destaca que el 50.0%, en otros términos, 5 empresas poseen un regular nivel de gestión empresarial; el 30,0%, en otros términos, 3 empresas poseen una adecuada gestión empresarial y, el 20.0%, en otros términos, 2 empresas poseen una inadecuada gestión empresarial. En este sentido, se observa que la mayoría de las empresas encuestadas tienen una gestión empresarial desarrollado en un nivel apropiado.

5.2.2.3. Dimensión gestión logística.

Tabla 21

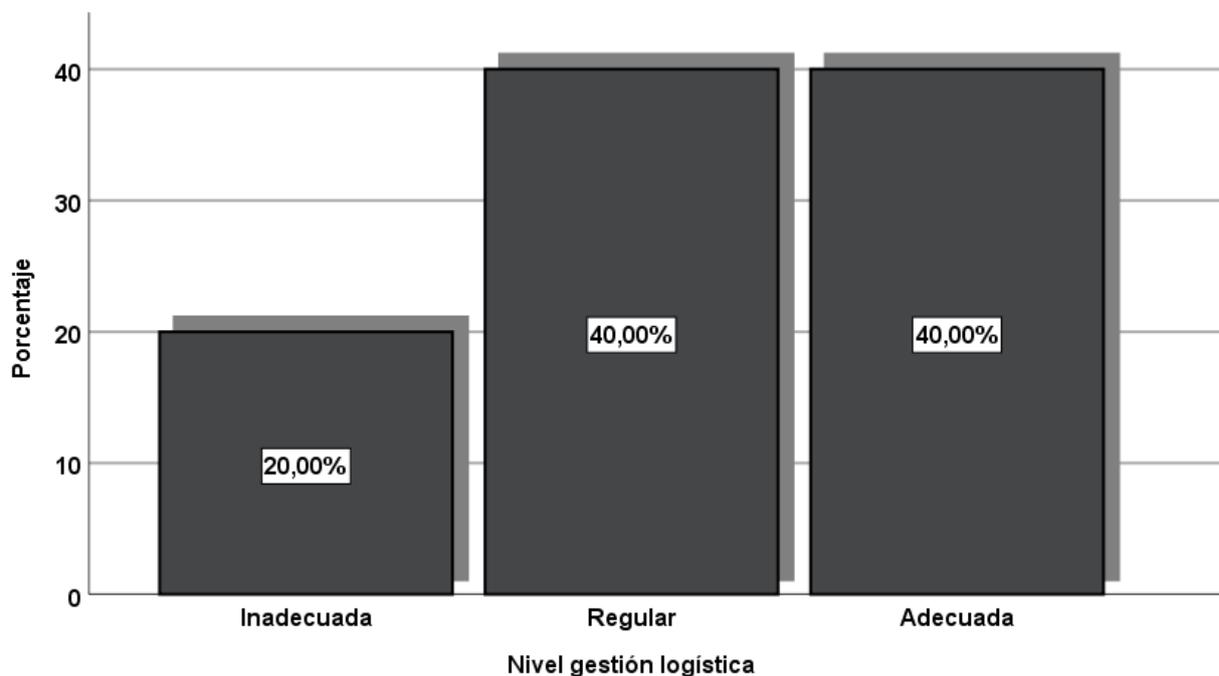
Información de la dimensión gestión logística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Inadecuada	2	20,0	20,0	20,0
Válido Regular	4	40,0	40,0	60,0
Adecuada	4	40,0	40,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 21

Porcentaje de los datos de la dimensión gestión logística



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 21 y Figura 21, correspondientes a la dimensión gestión logística, en la aplicación del cuestionario; se destaca que el 40.0%, en otros términos, 4 empresas poseen una adecuada gestión logística; en igual manera el 40,0%, en otros términos, 4 empresas poseen un

nivel regular en cuanto a la gestión logística, en tanto que el 20.0%, en otros términos, 2 empresas poseen una inadecuada gestión logística. En este sentido, se observa que un gran número de empresas (asociaciones, cooperativas y/o productores asociados) encuestadas poseen nivel adecuado en el tipo de gestión mencionado.

5.2.2.4. Dimensión gestión financiera.

Tabla 22

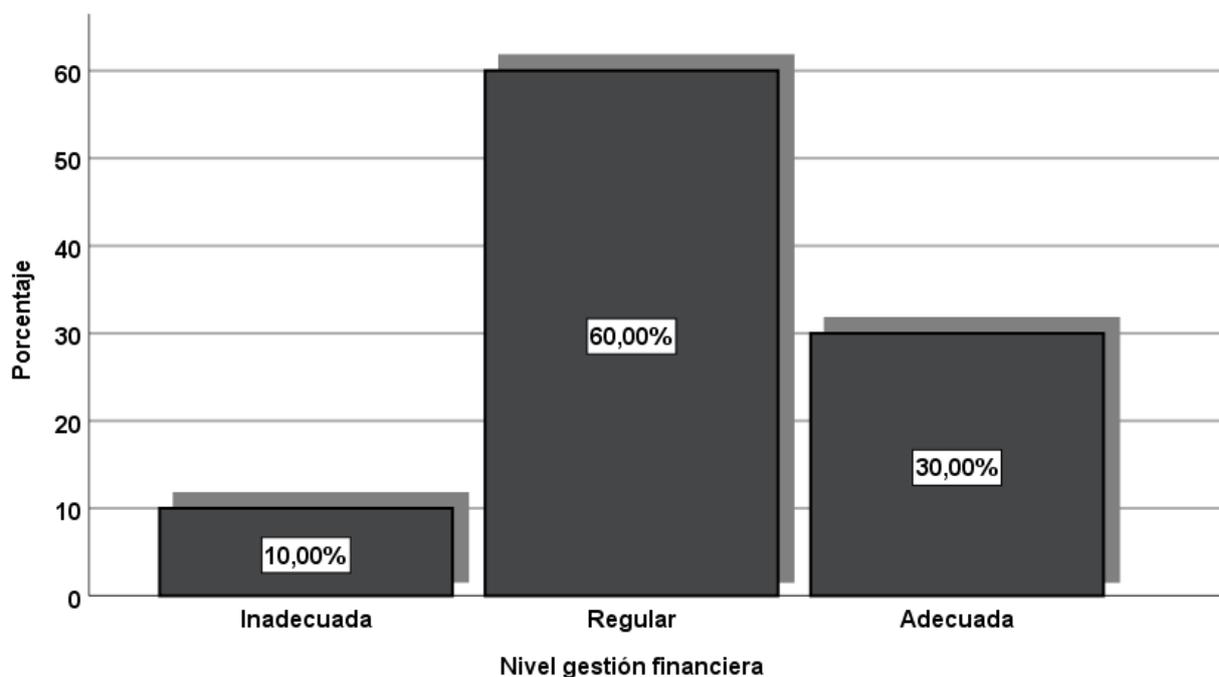
Información de la dimensión gestión financiera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inadecuada	1	10,0	10,0
	Regular	6	60,0	70,0
	Adecuada	3	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Figura 22

Porcentaje de los datos de la dimensión gestión financiera



Nota. Elaboración propia – Investigación del campo

Según la Tabla 22 y Figura 22, correspondientes a la dimensión gestión financiera, en la aplicación del cuestionario; se destaca que el 60.0%, en otros términos, 6 empresas exponen una gestión financiera regular; el 30,0%, en otros términos, 3 empresas poseen una adecuada gestión financiera, en tanto que el 10.0%, en otros términos, una empresa tiene un nivel inadecuado en este tipo de gestión. En este sentido, se resalta que las empresas encuestadas (asociaciones, cooperativas y/o productores asociados) poseen un nivel regular en lo que respecta a la gestión financiera.

5.2.3. Prueba de normalidad.

Ahora bien, se describe la relación que existe entre las variables de estudio: asociatividad y capacidad exportadora.

Prueba de normalidad de las variables (Shapiro-Wilk) n = 10

Formulación de las hipótesis Nula (Ho) y Alterna (Hi)

Ho: “La distribución de las variables provienen de una distribución normal”

H1: “La distribución de las variables no provienen de una distribución normal”

Se halla los valores correspondientes con el SPSS versión 25 y se alcanza la tabla siguiente:

Tabla 23

	Shapiro-Wilk			Conclusión
	Estadístico	gl	Sig.	
Asociatividad	0,932	10	0,469	Normal
Capacidad exportadora	0,919	10	0,350	Normal

Prueba de Normalidad de las variables

Nota. Elaboración propia a partir del Software SPSS 25

Regla de decisión:

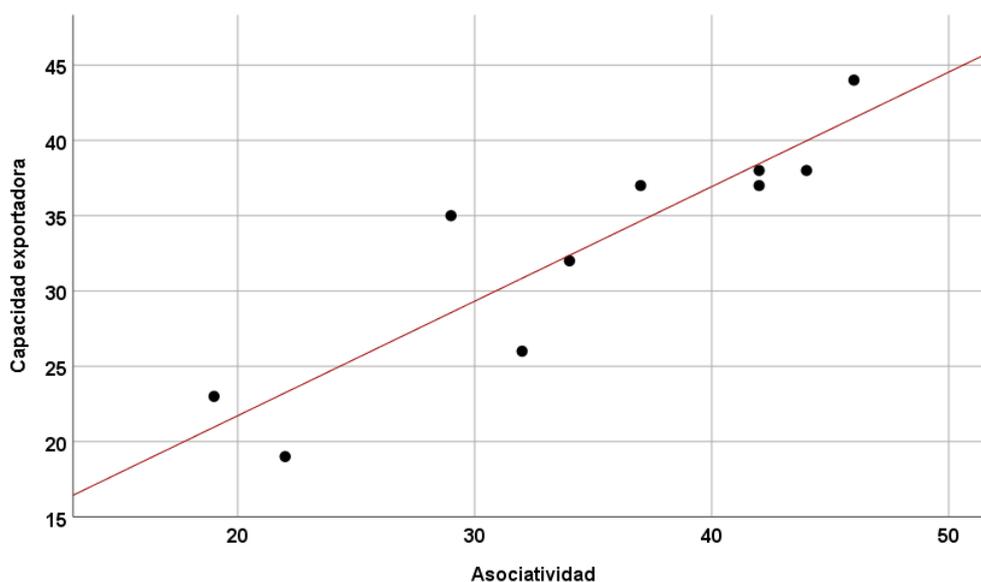
Si $p\text{-valor} \leq 0,050 = 5\%$ se acepta H1

Si $p\text{-valor} > 0,050 = 5\%$ se acepta H_0

La tabla muestra que los valores p de las variables “Asociatividad” (0,469) y “Capacidad Exportadora” (0,350) superan el nivel de significancia establecido ($\alpha = 0,050 = 5\%$). Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula H_0 , indicando que las variables siguen una distribución normal. En consecuencia, se deduce que, para probar las hipótesis de investigación, se deben emplear pruebas paramétricas utilizando el coeficiente de correlación de Pearson.

Figura 23

Diagrama de dispersión de los puntajes de asociatividad y capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo



Nota. Elaboración propia a partir del Software SPSS 25

Como se observa en la figura, la mayoría de los puntos están agrupados con referencia a una línea diagonal. Se pueden ver algunos puntos más distanciados que otros, sin embargo, no representan cambios significativos que afecten la correlación entre las variables.

5.2.4. Prueba de hipótesis.

5.2.4.1. Prueba de hipótesis general.

La asociatividad se relaciona de manera directa y significativa con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

Formulación de H_0 y H_1 :

H_0 : La asociatividad no se correlaciona de manera directa y significativa con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

$H_0: \rho=0$

H_1 : La asociatividad se correlaciona de manera directa y significativa con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

$H_1: \rho \neq 0$

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Prueba estadística: Se utiliza una Prueba paramétrica: R de Pearson, debido a que las dos variables provienen de una distribución normal, la variable asociatividad (0,469) y la variable capacidad exportadora (0,350).

Regla de decisión:

Tabla 24

Prueba de la hipótesis general mediante R de Pearson

		Asociatividad	Capacidad exportadora
Asociatividad	Correlación de Pearson	1	0,900**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	10	10
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	0,900**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	10	10

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

Nota. Datos tomados de SPSS 25.

Conclusión: La prueba de correlación de Pearson entre la variable independiente “asociatividad” y la variable dependiente “capacidad exportadora” revela un nivel de significancia (0,000) menor que el valor p (0,050 = 5%). Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H1) con un nivel de confianza del 95%. Además, se observa un coeficiente de correlación de 0,900, lo que indica una correlación muy fuerte entre las variables analizadas. La confirmación de la hipótesis alternativa (H1) valida la hipótesis general de la investigación: existe una relación directa y significativa entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao en Satipo, región Junín, año 2022.

5.2.4.2. Prueba de hipótesis específicas.

Hipótesis específica 1.

La dimensión estructural se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

Formulación de H₀ y H₁:

H₀: La dimensión estructural no se correlaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

H₀: $\rho=0$

H₁: La dimensión estructural se correlaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

H₁: $\rho\neq 0$

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Prueba estadística: Se maneja una prueba paramétrica: R de Pearson, debido a que las dos variables provienen de una distribución normal, la dimensión estructural (0,126) y la variable capacidad exportadora (0,350).

Regla de decisión:

Tabla 25

Prueba de la hipótesis específica 1 mediante R de Pearson

		Estructural	Capacidad exportadora
Dimensión Estructural	Correlación de Pearson	1	0,853**
	Sig. (bilateral)		0,002
	N	10	10
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	0,853**	1
	Sig. (bilateral)	0,002	
	N	10	10

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

Nota. Datos tomados de SPSS 25.

Conclusión: Al efectuar la prueba de correlación de Pearson entre la dimensión estructural y la variable dependiente capacidad exportadora, se observa que el nivel de significancia (0,002) es menor que el valor p (0,050 = 5%). Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H1) con un nivel de confianza del 95%. Además, se observa un coeficiente de correlación de 0,853, lo que indica una correlación muy fuerte entre la dimensión estructural y la variable capacidad exportadora.

Al confirmar la hipótesis alternativa (H1), se valida la hipótesis específica 1: La dimensión estructural se relaciona directa y significativamente con la capacidad

exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

Hipótesis específica 2.

La dimensión relacional se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

Formulación de H₀ y H₁:

H₀: La dimensión relacional no se correlaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

H₀: $\rho=0$

H₁: La dimensión relacional se correlaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

H₁: $\rho\neq 0$

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Prueba estadística: Se emplea una Prueba no paramétrica: R de Pearson, debido a que las dos variables provienen de una distribución normal, la dimensión relacional (0,584) y la variable capacidad exportadora (0,350).

Regla de decisión:

Tabla 26

Prueba de la hipótesis específica 2 mediante R de Pearson

		Relacional	Capacidad exportadora
Dimensión Relacional	Correlación de Pearson	1	0,863**
	Sig. (bilateral)		0,001
	N	10	10
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	0,863**	1
	Sig. (bilateral)	0,001	
	N	10	10

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

Nota. Elaboración propia a partir del software SPSS versión 25

Conclusión: La prueba de correlación de Pearson realizada entre la dimensión relacional y la capacidad exportadora muestra que el nivel de significancia (0,001) es menor que el p-valor (0,050=5%). Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H₀) y aceptamos la hipótesis alternativa (H₁), lo que indica una relación significativa entre los puntajes de la dimensión relacional y la capacidad exportadora, con un nivel de confianza del 95%. Además, se encontró un coeficiente de correlación de 0,863, lo que sugiere una correlación muy fuerte entre la segunda dimensión y la capacidad exportadora.

Al comprobarse la hipótesis alterna (H₁), se demuestra la validez de la hipótesis específica 2, por lo tanto, se asevera que la dimensión relacional se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

Hipótesis específica 3.

La dimensión de recursos se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

Formulación de H₀ y H₁:

H₀: La dimensión de recursos no se correlaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

H₀: $\rho=0$

H₁ La dimensión de recursos si se correlaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

H₁: $\rho\neq 0$

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Prueba estadística: Se utiliza una Prueba paramétrica: R de Pearson, debido a que las dos variables provienen de una distribución normal, la dimensión de recursos (0,555) y la variable capacidad exportadora (0,350).

Regla de decisión:

Tabla 27

Prueba de la hipótesis específica 3 mediante R de Pearson

		Recursos	Capacidad exportadora
Dimensión Recursos	Correlación de Pearson	1	0,836**
	Sig. (bilateral)		0,003
	N	10	10
Capacidad exportadora	Correlación de Pearson	0,836**	1
	Sig. (bilateral)	0,003	
	N	10	10

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

Nota. Elaboración propia.

Conclusión: La prueba de correlación de Pearson realizada entre la dimensión de recursos y la capacidad exportadora revela que el nivel de significancia (0,003) es menor que el p-valor (0,050=5%). Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H₀) y aceptamos la hipótesis alternativa (H₁), lo que sugiere una relación significativa entre los puntajes de la dimensión de recursos y la capacidad exportadora, con un nivel de confianza del 95%. Asimismo, se encontró una correlación positiva alta, con un coeficiente de 0,836.

Al verificarse la hipótesis alterna (H₁), se corrobora la validez de la hipótesis específica 3: La dimensión de recursos se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.

5.3. Contrastación de resultados.

La validez de la hipótesis general se confirma mediante la prueba estadística de correlación R de Pearson. Inicialmente, se plantea la hipótesis alternativa (H₁), que coincide con la hipótesis general: existe una relación directa y significativa entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo, región Junín, en el año 2022. Esta relación se respalda estadísticamente con un coeficiente de correlación (rs) de 0,900 y un nivel de significancia de 0,000.

Este hallazgo respalda los resultados de la investigación de Ferrando (2015), donde en su artículo titulado “Asociatividad para mejorar la competitividad de Pequeños Productores Agrícolas” encontró una relación positiva entre la asociatividad y la competitividad. El autor concluye que la asociatividad contribuye a mejorar la competitividad de los productores agrícolas. Además, identifica las formas de asociatividad predominantes entre los pequeños productores agrícolas del país, como las asociaciones, cooperativas, comunidades campesinas y nativas, seguidas de cadenas productivas, *clusters*, sociedades agrícolas de interés social,

redes empresariales y uniones de ahorro y crédito.

De manera similar, se encuentran concordancias con los resultados de Olivia (2019), cuyo estudio titulado “Asociatividad y competitividad en banano orgánico (*Musa cavendish*) en el Valle del Chira” reveló que la producción de los pequeños productores asociados generó beneficios tanto económicos como sociales para su región. Asimismo, los asociados pudieron acceder a insumos mediante estrategias como compras por volumen, créditos, cartas de intención de compra de clientes extranjeros y ventas a futuro, lo que les otorgó precios más competitivos. Por lo tanto, la asociatividad se posiciona como un factor de gran relevancia, dado que permitió a los asociados obtener diversos beneficios y ventajas, desde reducción de costos hasta mejores condiciones en las negociaciones con proveedores y clientes, acceso a tecnologías y asistencia técnica, lo que en última instancia se tradujo en un aumento en el rendimiento productivo y una mejora en los precios de comercialización.

Además, se encuentran paralelismos con la investigación de Acevedo y Chigne (2022), cuya tesis titulada “Nivel de asociatividad y capacidad exportadora de los productores de maracuyá en la Cooperativa CEPROVASC, Trujillo 2022” concluyó que existe una relación directa (con un nivel de significancia de 0,000) entre el nivel de asociatividad y la capacidad exportadora. Esta relación se caracteriza por un grado moderado ($\rho=0,475$). Por lo tanto, mejorar los niveles de asociatividad dentro de la organización conlleva también a una mejora en la capacidad exportadora.

También se encuentra congruencia con el estudio de Villano y Villegas (2019), cuya investigación titulada “La capacidad asociativa y su relación con el potencial exportador de los pequeños productores de papa nativa en el Centro Poblado de Taramba, Andahuaylas, Apurímac – 2019” demostró una correlación positiva entre la capacidad asociativa y el potencial exportador de los pequeños productores en su muestra, validando así la hipótesis general de su estudio.

Estos resultados están alineados con la investigación de Saavedra y Figueroa (2021), quienes en su tesis titulada “La relación entre la asociatividad y la competitividad de las cooperativas de pequeños productores del sector agrario peruano” concluyeron que la asociatividad permite afrontar diversas barreras, como las relacionadas con el capital humano, económico y tecnológico, que son difíciles de superar de manera individual y que impactan negativamente en el desarrollo de las empresas en el contexto estudiado. De manera similar, la asociatividad favorece una mayor productividad, la obtención de economías de escala, la mejora de los productos y el acceso a tecnología, nuevos mercados, financiamiento, capacitación, entre otros aspectos.

En la misma línea, se encuentra concordancia con la investigación llevada a cabo por Anaya (2020) en su tesis titulada “Efecto de la asociatividad en la productividad de los productores de cuyes del distrito de Sapallanga - Huancayo 2019”. Anaya determinó que la asociatividad tiene un impacto positivo en la productividad de los productores de cuyes. A través del análisis de correlación de Pearson, se evidenció una relación directa entre la asociatividad y la productividad ($r = 0,1398$; $p\text{-value} = 0,031$).

Además, se encontró que los productores asociados presentan un índice productivo más elevado, con una producción promedio de 5.56 cuyes por hembra reproductora por año, en contraste con los productores no asociados, cuya producción alcanza los 4.93 cuyes por hembra reproductora por año. Por lo tanto, la productividad de los productores asociados supera a la de aquellos que no están vinculados a asociaciones.

CONCLUSIONES

1. En el presente trabajo de investigación, la hipótesis general fue validada: La asociatividad se relaciona de manera directa y significativa con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022, porque se tuvo un p – valor de (0.000) y un coeficiente de correlación de 0,900. Con ello se determina que, la asociatividad se correlaciona de manera positiva y significativa con la capacidad exportadora de las empresas de la muestra de este estudio. Ello implica que, en la medida que las empresas productoras de cacao decidan juntarse en el marco de alguna forma asociativa, sea asociación, cooperativa, consorcio, o las agrupaciones ya existentes mejoren su mecanismo asociativo y, como resultado, generen y obtengan las distintas dimensiones de la capacidad exportadora y con ello, logren su ansiado sueño de la internacionalización de sus actividades, esto es, inicien o profundicen su actividad exportadora.
2. En esta investigación, se demuestra la validez de la hipótesis específica 1: La dimensión estructural se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022, porque se tuvo un p – valor de (0.002) y un coeficiente de correlación de 0,853. Con ello se determina que, la dimensión estructural como parte de la asociatividad se correlaciona de manera positiva y significativa con la capacidad exportadora de las empresas de la muestra de este estudio. Por lo tanto, a mayor dimensión estructural y sus dimensiones, mayor será la capacidad exportadora que adquirirá la forma asociativa que se constituya.
- 3.- En esta investigación, se demuestra la validez de la hipótesis específica 2: La dimensión relacional confluye directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022, porque se tuvo un p – valor de (0.001) y un coeficiente de correlación de 0,863. Con ello se determina que, la

dimensión relacional se asocia de manera positiva y significativa con la capacidad exportadora de las empresas de la muestra de este estudio. Por lo tanto, a mayor dimensión relacional y sus dimensiones, mayor será la capacidad exportadora que logrará la forma asociativa que constituyan las empresas productoras de cacao de Satipo.

- 4.- En esta investigación, se demuestra la validez de la hipótesis específica 3: La dimensión de recursos se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022, porque se tuvo un p – valor de (0.003) y un coeficiente de correlación de 0,836. Con ello se determina que, la dimensión de recursos se correlaciona de manera positiva y significativa con la capacidad exportadora de las empresas de la muestra de este estudio. Por lo tanto, en la medida que las empresas productoras de cacao de Satipo diseñen e implementen acciones, actividades y estrategias que mejoren o incrementen la dimensión de recursos -dado que hay relación directa y significativa- ello contribuirá a que se generen competencias para mejorar la capacidad exportadora.

RECOMENDACIONES

1. La validación de la hipótesis general debe llevar a las empresas y asociaciones productoras de cacao ya existentes establecidas en la provincia de Satipo, región Junín a seleccionar el mecanismo de asociación más apropiado y realista para todos los futuros socios en el menor tiempo, en la medida que esto suceda y se base en una formación consciente y profunda en la capacidad exportadora, es decir, capacidad de producción, capacidad de gestión y capacidad financiera. Especialmente se deben concentrar en la capacidad productiva ya que esta implica la mejora de la calidad del producto mediante la optimización de los procesos productivos, la implementación de prácticas sostenibles, y el uso eficiente de los recursos disponibles. Al fortalecer estas capacidades es preciso que las empresas, vía asociatividad, lograrán el ansiado proyecto de la internacionalización de sus actividades y los desafíos que ello implica.

Para dicha capacitación, los directivos de la forma asociativa que se haya constituido deberán solicitar el apoyo que sea necesario a las entidades estatales que se encargan de brindar servicios de capacitación integral sobre temas empresariales, tales como Promperú Macro Región Centro , la Gerencia de Promoción e Inversiones del Gobierno Regional de Junín y a las respectivas autoridades locales provinciales y distritales las cuales gestionan recursos para capacitación a pequeñas y microempresas. Así también, se recomienda a estas empresas, invertir en capacitaciones que les permitan adquirir los conocimientos necesarios para mejorar su capacidad exportadora a través de la asociatividad y mecanismos para lograr implementarlo acorde a sus requerimientos y objetivos, de modo tal que puedan mejorar su desempeño en el mercado internacional. En este caso como la recomendación va principalmente dirigida al fortalecimiento de la capacidad productiva

se recomienda la capacitación llamada “Planeamiento y control de la producción” dictada por la universidad ESAN, así como también la capacitación brindada por IICA (Instituto interamericano de cooperación para la agricultura) llamada “Programa de capacitación sobre gestión agroempresarial y asociativa” que apoyará al fortalecimiento de las demás capacidades destacadas anteriormente.

2. Al haberse comprobado la relación existente entre la dimensión estructural y la capacidad exportadora, las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo, región Junín, debidamente integradas bajo la forma asociativa que hayan elegido (asociaciones, cooperativas, consorcios, etc.) deben diseñar e implementar por sí solas o contratando a un *coach* o consultor particular un plan estratégico que incluya mecanismos y herramientas que fortalezcan las relaciones entre los asociados con el fin de lograr el intercambio de recursos entre éstos, esto implica recursos materiales (muebles e inmuebles), recursos financieros y, en especial recursos tecnológicos ya que este último engloba aquellas máquinas y sistemas de producción, monitoreo, acceso a información, entre otros. En la medida que fortalezcan su interacción social, podrán lograr un mayor nivel de intercambio de recursos y cooperación, lo que finalmente resultará en un beneficio colectivo. Tómese en cuenta que el trabajo en equipo, la cooperación y el fortalecimiento de las relaciones entre los asociados debe ser la regla fundamental en la forma asociativa que se haya elegido para que todo ello contribuya a la generación de la capacidad exportadora necesaria para incursionar en este tipo de actividades.
3. Al haberse comprobado la relación existente entre la dimensión relacional y la capacidad exportadora, se recomienda a las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, fijar como principios esenciales la confianza, la coordinación de actividades y la fortaleza de los nexos entre todos los asociados no solamente en lo que concierne a procesos productivos sino a la gestión operativa, logística, económica y

financiera. Cabe destacar que lo relacional implica el conjunto de conexiones que se tienen que establecer entre los asociados para el logro de sus objetivos estratégicos, bajo un liderazgo real y efectivo representado por quienes conforman el Consejo Directivo de la forma asociativa elegida.

Esto puede lograrse a través de la implementación de reuniones periódicas para discutir estrategias, compartir información y resolver posibles conflictos. Además, considerar la creación de un código de conducta o de buenas prácticas en el cual rijan normas mínimas relacionadas a la honestidad en las transacciones, el cumplimiento de los compromisos y el respeto a los derechos de cada parte involucrada. Así también, fomentar un ambiente de confianza mutua y transparencia mediante la creación de acuerdos formales que definan las responsabilidades y beneficios de cada parte, esto con el fin de contribuir a consolidar la confianza y la fortaleza de los nexos en la cadena de producción de cacao.

4. Al haberse comprobado la relación existente entre la dimensión de recursos y la capacidad exportadora, las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín deben -sea cual sea la forma asociativa que elijan- adoptar criterios para que todos los asociados tengan un estándar de calidad del cacao; lo cual puede lograrse mediante el programa de certificación de Global GAP , así como también el programa de certificación UTZ; de modo tal que todo ello sea un apoyo para poder aumentar la producción sin descuidar la calidad y por ende se mejorará la demanda del producto , incrementando el tamaño de las órdenes de compra.

Se recomienda a las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, optimizar gradualmente el uso de maquinarias y equipos que automatizan los procesos productivos. De ser necesario, esto podría incluir la implementación de sistemas de riego automatizados, tecnologías para monitorear el crecimiento de los cultivos, controlar la humedad del suelo y gestionar eficientemente los recursos hídricos y

fertilizantes para optimizar la producción de cacao. Asimismo, considerar la adopción o mejora de equipos de procesamiento post-cosecha (desgranadoras, fermentadoras, secadoras solares o empacadoras automatizadas), ya que esto ayudará a aumentar la eficiencia y reducir los costos de producción. Finalmente, esto garantizará que el producto cumpla con los requisitos y expectativas de los compradores internacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, T., & Chigne, M. (2022). *Nivel de asociatividad y capacidad exportadora de los productores de maracuyá en la Cooperativa CEPROVASC, Trujillo 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32207/Acevedo%20Gonzalez%2c%20Ariana%20Thais%20-%20Chigne%20Simon%2c%20Marilyn%20Rosita%20-%20Parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aguirre, H. & Martínez, L. (2022). *Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos*. [Tesis de pregrado, Universidad Continental].
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11067/2/IV_FCE_315_TE_Aguirre_Martinez_2022.pdf
- Anaya, A. (2019). *Efecto de la asociatividad en la productividad de los productores de cuyes del distrito de Sapallanga – Huancayo 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Continental].
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8236/3/IV_FIN_108_T_E_Anaya_Ure%C3%B1a_2020.pdf
- Arias J. (2020). Plantear y formular un problema de investigación: un ejercicio de razonamiento. *Revista Lasallista de investigación*, 7(1), pp. 301 – 313.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v17n1/1794-4449-rlsi-17-01-301.pdf>
- Arias, J. (2021). Guía para elaborar el planteamiento del problema de una tesis el método del hexágono. *Revista Orinoco Pensamiento y Praxis/ Multidisciplinarias*. 09(13), pp. 58 – 69.
https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2242/1/Gu%C3%ADa_pa

[ra elaborar el planteamiento del problema de una tesis el m%C3%A9todo del hex%C3%A1gono.pdf](#)

Amézaga, C., Rodríguez, D., Núñez, M., & Herrera, D. (2013). *Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la Gestión Asociativa*. San Salvador: IICA. Obtenido de IICA: <https://repositorio.iica.int/handle/11324/2621>

Asohofrucol. (2022). *¿Quiénes somos?* <https://www.asohofrucol.com.co/quienes-somos>

Astudillo, M., Maldonado, R., Segura, H. & Pallac, Y. (2021). Cadenas de comercialización de mango y potencial exportador en la Costa Grande, Guerrero. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 11(1), pp. 111 – 124. <https://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v11n1/2007-0934-remexca-11-01-111.pdf>

Ayala, L. & Ramos, S. (2021). *Descripción de las capacidades de exportación en empresas productoras de prendas de vestir a base de fibra de alpaca (Huancayo y Lima - 2020)* [Trabajo de investigación, Universidad Continental]. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8758/4/IV_FCE_315_T_I_Ayala_Vega_2021.pdf

Bada, L., Rivas, L. & Littlewood, H. (2017). Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. *Contaduría y Administración*, 62, pp. 1100 – 1117. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v62n4/0186-1042-cya-64-04-01100.pdf>

Banco Central de Reserva del Perú. (10 de febrero de 2023). *Hoja Resumen de los indicadores económicos*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Estadisticas/NEDD/Hojas.htm>

BBVA México S.A. (2023). *¿Cuáles son los recursos de una empresa?* <https://www.bbva.mx/empresas/educacion-financiera/recursos-de-una-empresa.html#:~:text=Pueden%20ser%20m%C3%A1quinas%2C%20programas%20de,a%20cabo%20las%20funciones%20diarias.>

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3° ed.). Pearson. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México, D.F.: Pearson Educación.
- Bobadilla, P., Puente, M. & Fernández, E. (2020). La influencia de la asociatividad en el desarrollo de oportunidades productivas: el caso de cuatro asociaciones agropecuarias de la región Moquegua – Perú. *Debates de sociología*, 48, pp. 65-102. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/22749/21870>
- Bolaños, L. & Gordon, J. (2016). *Plan exportador de arepas de maíz empacados al vacío para la empresa Gemhel S.A.S. de Ipiales hacia el mercado de México DF, México* [Tesis de pregrado, Universidad de Nariño]. <https://sired.udenar.edu.co/4704/1/91464.pdf>
- Camacho, M. (2022). *La influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochiri el año 2021*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/10167>
- Carbajal, O. (2019). *Capacidad exportadora de los cultivos diversificados de Arequipa para Rio Branco – Brasil, 2019* [Trabajo de investigación, Universidad Tecnológica del Perú]. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2556/Oscar%20Carbajal_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carro, R. & González, D. (2013). *Logística Empresarial*. Universidad Nacional del Mar de la Plata. http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1831/1/logistica_empresarial.pdf

- Chaverri, D. (2017). Delimitación y justificación de problemas de investigación en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 3(157), pp. 185 – 193. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15354681012.pdf>
- ComexPerú. (10 de febrero de 2023). *Exportaciones peruanas alcanzan récord histórico en 2022, con envíos por US\$ 63,193 millones*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-peruanas-alcanzan-record-historico-en-2022-con-envios-por-us-63193-millones>
- ComexPerú. (11 de febrero de 2022). *Récord histórico con envíos por US\$ 56,306 millones en 2021*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-peruanas-logran-record-historico-con-envios-por-us-56306-millones-en-2021>
- ComexPerú. (12 de agosto de 2022). *Exportaciones peruanas crecieron un 18.5% en el primer semestre de 2022*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-peruanas-crecieron-un-185-en-el-primer-semestre-de-2022>
- ComexPerú. (19 de agosto de 2022). *Exportaciones agrícolas no tradicionales sostienen un crecimiento del 11.2% en el primer semestre de 2022*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-agricolas-no-tradicionales-sostienen-un-crecimiento-del-112-en-el-primer-semestre-de-2022#:~:text=En%20espec%C3%ADfico%2C%20las%20exportaciones%20no,m%C3%A1s%20que%20el%20a%C3%B1o%20anterior>.
- Correa, J., Caycedo, V., Galviz, D., Marín, M. & Echeverri, M. (2018). Factores inhibidores que inciden en la decisión de exportar: una revisión a la literatura. *Revista Espacios*, 39(11), pp. 1 – 4. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n11/a18v39n11p05.pdf>
- Daniels, J.; Radebaugh, L. & Sullivan, D. (2018). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. (12 ed.). Ciudad de México, Estados Unidos Mexicanos: Pearson Educación.

https://books.google.com.ua/books/about/Negocios_internacionales.html?hl=es&id=l c9iA9JOAhEC&redir_esc=y

DuocUC Bibliotecas. (2022). *Investigación Aplicada*.

<https://bibliotecas.duoc.cl/investigacion-aplicada/definicion-proposito-investigacion-aplicada>

Escandón, D. & Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Generales*, 30 (131), pp. 172 -183.

<https://www.redalyc.org/pdf/212/21231108009.pdf>

Ferrando, A. (2015). Asociatividad para mejora de la competitividad de pequeños productores agrícolas. *Revista Anales Científicos*, 76 (1), pp. 177-185.

<https://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/acu/article/view/779/747>

Forero, J. (2014). El sector del calzado en el barrio El Restrepo, Bogotá. Un análisis de caso a la luz de los sistemas productivos locales. *Equidad y Desarrollo*, 21, pp. 97 – 123.

<https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1159&context=eq>

Gómez, J. (2014). *Gestión logística y comercial*. McGraw Hill Education.

<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448193636.pdf>

Gruoso, M., Hernán, J. & Garay, L. (2009). Procesos de asociatividad empresarial aproximaciones conceptuales e impacto económico social y organizacional. *Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad – CEEP*, 44, pp. 1 – 37.

<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/2d354f42-7d0c-4b80-a519-89f72ee58d54/content>

Hernández, R., Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

- Hernández, S. & Olguín, E. (2020). *Planteamiento del problema* [Diapositivas PowerPoint].
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/icea/asignatura/turismo/2020/planteamiento-problema.pdf
- Hinojosa, P. & Toledo, E. (2019). *La capacidad exportadora y su relación con la internacionalización de la empresa de confecciones textiles P&P Arequipa, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú].
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2178/Paul%20HinojosaEdwin%20Toledo_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Huacchillo, L., Ramos, E. & Pulache, J. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 356-362.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n2/2218-3620-rus-12-02-356.pdf>
- IICA. (2018). *El mercado y la comercialización*. San José: IICA.
<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>
- Koo, W. (18 de enero de 2023). Cacao Grano Perú Exportación 2022 diciembre.
<https://www.agrodataperu.com/2023/01/cacao-grano-peru-exportacion-2022-diciembre.html>
- Liendo, M. & Martínez, A. (2001). *Asociatividad una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes* [Archivo PDF].
http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/8044/Liendo%20%20Martinez_asociatividad.pdf?sequence=2
- Macha, R., Yllescas, P., & Espinoza, R. (2021). Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. 322-341.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8217201>

- Maldovan, J. & Dzenbrowski., N. (2009). *Asociatividad para el trabajo: una conceptualización de sus dimensiones* [Archivo PDF].
<https://www.margen.org/suscri/margen55/maldovan.pdf>
- Martos, M., Fernandez, C. & Figueroa, P. (2008). Evolución y relaciones entre las dimensiones del capital intelectual: El caso de la cadena de la madera de Oberá (Argentina). *Intangible Capital*, 4(2), pp. 67 – 101. <https://core.ac.uk/download/pdf/41782188.pdf>
- Mathews, J. (2014). *Agenda 2014 Propuestas para mejorar la descentralización: Asociatividad Empresarial* [Archivo PDF].
<https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2373/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mesía, J. & Pinto, D. (2022). “*La asociatividad de productores agrícolas mejora las cadenas productivas y permite el desarrollo sostenible de las zonas fronterizas*”. Caso: “*Proyecto de desarrollo de la cadena productiva transfronteriza de café en Bahuaja Sonene – Madidi, Zif Perú - Bolivia*” [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/22527/MES%c3%8da_HERRERA_PINTO_MELGAREJO1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- MINAGRI. (2014). *Guía para la promoción de la asociatividad empresarial rural para el acceso al mercado.* [Archivo PDF].
<https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/244/1/guia-promocion%20MINAGRI.pdf>
- MINCETUR. (2008). *Asociatividad* [Diapositivas de PowerPoint].
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Présentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf

- MINCETUR. (2014). *Comercio Exterior* [Archivo PDF]. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). *Proyecto fomento de la actividad productiva artesanal municipio de Tenjo departamento de Cundinamarca* [Archivo PDF]. <https://repositorio.artesanasdecolombia.com.co/bitstream/001/4166/5/INST-D%202017.%2073.%204.pdf>
- Molina, A., Morelos, J. & Marrugo, C. (2017). Diseño de un modelo de gestión de riesgos en la comercialización internacional de mercancías en las Pymes caso de estudio Pymes en Cartagena – Colombia. *Entramado*, 26, pp. 12 – 31. <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v13n2/1900-3803-entra-13-02-00012.pdf>
- Monreal, J. (2009). *Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de los recursos y capacidades* [Tesis doctoral, Universidad de Murcia]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/11003/MonrealPerez.pdf>
- Munarriz, R. (2017). *Capacidad Exportadora* [Archivo PDF]. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/1654/capacidad_exportadora_2017_exportaciones.PDF?sequence=3
- Nicolás, C. & Rubio, A. (2014). Gestión de recursos en la empresa social: un reto ineludible. *Revista de Estudios Empresariales*, 2, pp. 7 - 25. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1762/1890>
- Ñaupas, H.; Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación*. (4° ed.). Ediciones de la U. <https://fdiazca.files.wordpress.com/2020/06/046.-mastertesis-metodologicc81a-de-la-investigacioc81n-cuantitativa-cualitativa-y-redaccioc81n-de-la-tesis-4ed-humberto-ncc83aupas-paitacc81n-2014.pdf>

- Olave, J. (2005). Propuesta de un modelo asociativo de gestión exportadora a partir del análisis del sector de confecciones del departamento del Atlántico (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, 19, pp. 141 – 199. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64601907.pdf>
- Olivia, C. (2019). Asociatividad y competitividad en banano orgánico (*Musa cavendish*) en el Valle del Chira. *Anales Científicos*, 80(2), pp. 397 – 408. https://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/acu/article/view/1456/pdf_233
- Organización Panamericana de la Salud. (2011). *Fortalecimiento de las juntas de saneamiento: Gestión empresarial*. Organización Mundial de la Salud. <https://www.senasa.gov.py/application/files/5414/6066/9320/Manual-2-Gestion empresarial1.pdf>
- Parrales-Reyes, J., Ponce-Prado, J., & Espinoza-Martínez, A. (2022). La Asociatividad Empresarial y la Competitivas del Mercado Municipal de Frutas y Legumbres de Jipijapa. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 8(1), 187-203. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383385>
- Paredes, D. (2011). *Elaboración del plan de negocio de exportación PLANEX* [Archivo PDF]. <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF>
- Paredes, D. (2016). *Capacidad Exportadora*. [Archivo PDF]. http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/321/Capacidad_exportadora_2016_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pinagorte, K. (2020). *Análisis de la asociatividad como alternativa para la exportación de licores producidos por microempresarios de la provincia de esmeraldas*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2056/1/PINARGOTE%20RUBIO%20KATHERINE%20BETSABET%20.pdf>

- Prado, C. (2018). *Competitividad y asociatividad empresarial en pequeñas y medianas empresas del sector comercio en Ciudad Obregón* [Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico de Sonora].
<https://www.itson.mx/oferta/mgo/Documents/Carmen%20Prado.pdf>
- ProCitrus. (2022). *Acerca de Nosotros*. <https://www.procitrus.org/nosotros.php>
- PromPerú. (2014). *Guía N° 12 Asociatividad para el Comercio Exterior*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/176/Guia_12_Aso%20ciatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Servicios Académicos Intercontinentales S.L. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1662/1662.pdf>
- Robben, X. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter*. España: Plurilingua Publishing.
<https://www.50minutos.es/libro/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Rodríguez, H, Arango, A. & Pérez, R. (2022). *Gestión de la asociatividad rural agroempresarial*. Universidad de Antioquía.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/biogenesis/article/view/351981/20809841>
- Rodríguez, M. & Cervilla, M. (2020). Asociatividad empresarial y fuentes de capital social: hacia un modelo explicativo. *Innovar*, 30(77), pp. 107 – 122.
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v30n77/0121-5051-inno-30-77-107.pdf>
- Ropa, B., & Alama, M. (2022). Gestión organizacional: un análisis teórico para la acción. *Revista Científica de la UCSA*, 81-103. <http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v9n1/2409-8752-ucsa-9-01-81.pdf>

- Ruiz, C. (2016). Confiabilidad. Programa Interinstitucional Doctorado en Educacion. <https://docplayer.es/57955528-Programa-interinstitucional-doctorado-en-educacion-confiabilidad.html>
- Saavedra, L. & Figueroa, I. (2020). *La relación entre la asociatividad y la competitividad de las cooperativas de pequeños productores del sector agrario peruano* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18924/SAAVEDRA_CRUZADO_FIGUEROA_LEON.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, A., Melián, A. & Hormiga, E. (2007). El concepto del capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13 (2), pp. 97-111. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120280005>
- Sandoval, J. (2022). Competitividad y asociatividad en la microproducción del grano de arroz. *Revista de empresa y gobierno*, 3(2), pp 17-24. <https://revistagestionar.com/index.php/rg/article/view/80/189>
- Santa, G., Hernández, J. & Pabón, H. (2019). La asociatividad como estrategia para mejorar la gestión: un análisis del comercio minorista. *Revista Equidad y Desarrollo*, 1(33), 185-209. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1295&context=eq>
- Serrano, A., Montañez, G. & Amado, N. (2021). Análisis de la experiencia de asociatividad de los productores de caducifolios. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), pp. 1 – 20. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/4928/5364>
- SIEA. (2023). *Perfil productivo y competitivo de los principales cultivos del sector*. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNzEzNTU2MmUtY2EzZC00YjQ2LTg5YzUtYzJjODRhZjg5NGY5IiwidCI6IjdmMDg0NjI3LTdmNDAtNDg3OS04OTE3LTk0Yjg2ZmQzNWYzZiJ9>

- Spohn, S. (2013). *Competitividad rural: Una estrategia de lucha contra la pobreza y uso sostenible de la biodiversidad* [Archivo PDF]. http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/1366/Competitividad_rural_2013_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Stefan, D. (2012). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las PYME's en Venezuela. *Revista Compendium*, 15(28), 23-42. <https://biblat.unam.mx/hevila/Compendium/2012/no28/2.pdf>
- Terrazas, R. (2009). Modelo de gestión financiera para una organización. *Perspectivas*, 23, pp. 55-72. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942159005.pdf>
- Torres, J. (2015). *Modelo de gestión asociativa para los productores de yuca de la parroquia San Jacinto del Búa en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4939/1/T1918-MBA-Torres-Modelo.pdf>
- Tovar, O. (2017). *Asociatividad: Estrategia para mejorar la competitividad de los productores de ñame del departamento de Sucre* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Bolívar, Colombia]. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0072914.pdf>
- Trebilcock, A. (2001). *Relaciones laborales y gestión de recursos humanos* [Archivo PDF]. <https://www.insst.es/documents/94886/161958/Cap%C3%ADtulo+21.+Relaciones+laborales+y+gesti%C3%B3n+de+recursos+humanos>
- Valero, G., Rodenes, M., & Rueda, G. (24 de setiembre de 2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión*. *La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión**. Bucharamanga, Bucharamanga, Colombia: Revista Lebret.

- Velaochaga, K. (2021). *Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral – Lima, periodo 2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8055/velaochaga_ekj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vicente, M., Abrantes, J., Seabra, C. & Teixeira, M. (2015). Measuring innovation capability in exporting firms: The INNOVSCALE. *Revista International Marketing Review*, 32, pp. 29-51. <https://www.semanticscholar.org/paper/Measuring-innovation-capability-in-exporting-firms%3A-Vicente-Abrantes/df4dbdc9bea2f05358ef9a80183a28edaf85e71d>
- Villano, R. & Villegas, M. (2019). *La capacidad asociativa y su relación con el potencial exportador de los pequeños productores de papa nativa en Centro Poblado de Taramba, Andahuaylas, Apurímac – 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2576>
- Zapata, G. (2015). El tamaño y la estructura de la organización: un estudio teórico y empírico con el enfoque contingente. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23(24), pp. 193-208. <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151350864003.pdf>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Qué relación existe entre la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022?	Determinar en qué medida se relaciona la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022.	La asociatividad se relaciona de manera directa y significativa con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de Satipo de la región Junín, año 2022.		ENFOQUE O PARADIGMA Cuantitativo TIPO DE INVESTIGACIÓN: Investigación Aplicada NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Nivel Correlacional DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Investigación No Experimental de corte transversal POBLACIÓN: 10 empresas MUESTRA: 10 empresas MÉTODO GENERAL: Método Científico – Deductivo TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		
<ul style="list-style-type: none"> • P.E.1: ¿Qué relación existe entre la dimensión estructural y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022? • P.E.2: ¿Qué relación existe entre la dimensión relacional y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022? • P.E.3: ¿Qué relación existe entre la dimensión de recursos y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022? 	<ul style="list-style-type: none"> • O.E.1 Determinar en qué medida se relaciona la dimensión estructural y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022. • O.E.2: Determinar en qué medida se relaciona la dimensión relacional y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022. • O.E.3: Determinar en qué medida se relaciona dimensión de recursos y la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022. 	<ul style="list-style-type: none"> • HE1. La dimensión estructural se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022. • HE2. La dimensión relacional se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022. • HE3. La dimensión de recursos se relaciona directa y significativamente con la capacidad exportadora de las empresas productoras de cacao de la provincia de Satipo de la región Junín, año 2022. 	Variable Independiente: Asociatividad Dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> • Dimensión estructural • Dimensión relacional • Dimensión de recursos Variable Dependiente: Capacidad exportadora Dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> • Producto • Gestión empresarial • Gestión de logística. • Gestión financiera 	

Anexo 02 Instrumento de Investigación

Instrucciones:

La presente técnica de encuesta busca recoger información relacionada con el trabajo de investigación titulado “RELACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CACAO DE LA PROVINCIA DE SATIPO DE LA REGIÓN JUNÍN, 2022”. Sobre este particular se le solicita que en las preguntas que a continuación se presentan elija la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (x). Se le agradece su colaboración.

Confidencialidad: La información y datos brindados en el presente cuestionario será utilizada para fines académicos y su contenido será tratado en forma confidencial.

Información general:

- Nombre de la empresa(asociación/cooperativa)
- Cargo que ocupa.....

Instrucciones: Marque la respuesta de acuerdo a su nivel de percepción, apreciación o forma de pensar, para lo cual tiene 5 opciones de respuesta tal como se presenta.

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

De antemano agradecemos su colaboración, contribución y tiempo al presente estudio. **A continuación, responda por favor las siguientes preguntas:**

PREGUNTAS		VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
Variable Independiente: Asociatividad						
Dimensión Estructural						
1	En la asociación de productores de cacao a la que Usted pertenece, ha observado fortaleza en las relaciones entre los asociados					
2	En su asociación, usted considera que hay intercambio de recursos productivos entre los asociados					
3	En la asociación o cooperativa a la que usted pertenece, considera que existe interacción social entre los asociados, es decir, hay un sentido de pertenencia, cooperación, ayuda mutua, etc.					
Dimensión Relacional						
4	En la asociación, cooperativa o consorcio que usted ha constituido con otros asociados existe confianza interorganizacional, es decir, seguridad, credibilidad, decisión, determinación entre los asociados.					

5	En la asociación, cooperativa o consorcio existe un clima de confianza entre los socios y directivos de la forma asociativa a la que Usted pertenece.					
6	Existe una adecuada gestión administrativa por parte de los miembros de la asociación, cooperativa o consorcio al que Usted pertenece					
Dimensión Recursos						
7	En la forma asociativa, sea esta asociación, cooperativa o consorcio, a la que Usted pertenece se aplica investigación, desarrollo e innovación.					
8	En las labores productivas de la asociación, cooperativa o consorcio a la que usted pertenece se utilizan maquinarias, equipos y tecnología moderna que facilitan y optimizan el trabajo.					
9	Las semillas, abono, plaguicidas y todos los materiales necesarios para la producción de cacao siempre están a disposición de los asociados.					
10	Los recursos humanos del Consejo Directivo de la asociación son permanentemente capacitados en labores propias de sus funciones.					
Variable dependiente: Capacidad Exportadora						
Dimensión Producto						
11	La estandarización del proceso productivo del cacao por parte de todos los asociados asegura su calidad.					
12	En la asociación, cooperativa o consorcio al que usted pertenece la imagen corporativa o marca es esencial para la actividad exportadora.					
Dimensión Gestión empresarial						
13	La asociación, cooperativa o consorcio al que usted pertenece tiene su misión, visión, principios y se plantea objetivos estratégicos.					
14	La asociación, cooperativa o consorcio al que usted pertenece le permite el planteamiento de sus objetivos estratégicos					
15	La asociatividad le ha permitido una mejor planificación, organización, dirección y control de la forma asociativa constituida, sea esta asociación, cooperativa o consorcio al que usted pertenece.					
Dimensión Gestión logística						
16	La asociatividad aplicada en su forma asociativa le ha permitido mejorar su gestión logística.					
17	La asociación, cooperativa o consorcio al que usted pertenece le ha permitido reducir sus costos logísticos determinándose precios competitivos para el cacao y derivados que produce.					
Dimensión Gestión financiera						
18	El hecho de ser parte de una asociación, cooperativa o consorcio le ha permitido acceder a líneas de crédito otorgadas por Banco Agrario y otras entidades estatales financieras.					
19	La asociatividad a la que usted pertenece y el cacao de calidad que produce le empodera para tener una mejor capacidad negociadora con clientes en el exterior.					
20	La asociatividad y el poder de negociación que brinda permite a su forma asociativa lograr mejores condiciones de pago					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 03

Ficha de validación de expertos

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Seminario Tesis I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada: **“RELACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CACAO DE LA PROVINCIA DE SATIPO DE LA REGIÓN JUNÍN, 2022”**

Instrucciones: Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento						PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente						5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte									
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.				X						X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.			X							X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X						X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X				X						X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X				X						X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X				X						X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X				X						X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.				X						X					X
Sumatoria Parcial			3	12	30				16	30				28	15
Sumatoria Total	45					46					43				

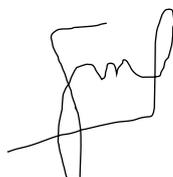
Observaciones:

.....
 Nombres y Apellidos del Experto: **MBA. MIGUEL ALBERTO GÁLVEZ ESCOBAR** Especialidad: **NEGOC. INTERNACIONALES**

DNI.: **09296168**

Nº. Celular: **994975753**

Firma:



Escala dicotómica para juicio de expertos

Apreciación del experto sobre el

cuestionario:.....

.....

.....

.....

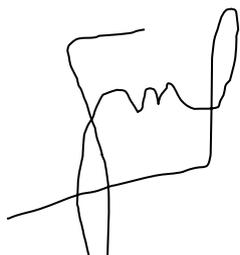
Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

Nombres y Apellidos del Experto: MBA. MIGUEL ALBERTO GÁLVEZ ESCOBAR

Teléfono: 994975753

DNI. N°: 09296168

Firma:



Ficha N° 2 de validación de expertos

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Seminario Tesis I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada: **“RELACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CACAO DE LA PROVINCIA DE SATIPO DE LA REGIÓN JUNÍN, 2022”**

Instrucciones: Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento						PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente						5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte									
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11. El instrumento tiene estructura lógica.				X						X				X	
12. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.			X							X					X
13. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.			X						X					X	
14. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.				X					X					X	
15. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X						X
16. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X					X						X
17. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
18. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X				X					X	
19. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X				X					X	
20. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.				X					X					X	
Sumatoria Parcial			6	20	15				28	15				24	20
Sumatoria Total	41					43					44				

Observaciones:

.....

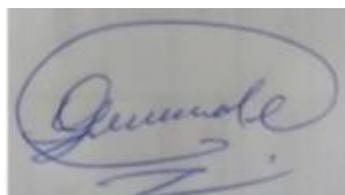
Nombres y Apellidos del Experto: **MAG. GISSELA H. AHUMADA CHUMBIAUCA** Especialidad:

NEGOC. INTERNACIONALES

DNI.: 09304222

Nº. Celular: 943660946

Firma:



Escala dicotómica para juicio de expertos

Apreciación del experto sobre el

cuestionario:.....

.....

.....

.....

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

Nombres y Apellidos del Experto: MAG. GISSELA H. AHUMADA CHUMBIAUCA

Teléfono: 943660946

DNI. N°: 09304222

Firma:

