



La asociatividad para el acceso al mercado por los productores de papa nativa en Perú

Associativity for market access by native potato growers in Peru

Associativismo para o acesso ao mercado dos produtores de batata autóctones no Peru

ARTÍCULO ORIGINAL



Escanea en tu dispositivo móvil
o revisa este artículo en:
<https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v8i24.302>

Juan Rios Trujillo¹
juan.rios@unas.edu.pe

Jairo Edson Gutiérrez-Collao¹
jairo.gutierrez@unat.edu.pe

Evelyn Ruth Palomino Santos²
evyruth20@gmail.com

Pabel Mariano Meza Mitma²
60631335@unat.edu.pe

Sheyla Zarain Pariona Duran²
72018991@unat.edu.pe

¹Universidad Nacional Agraria de la Selva. Tingo María, Perú

²Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo. Pampas, Perú

Artículo recibido 23 de julio 2024 / Arbitrado 26 de agosto 2024 / Publicado 20 de septiembre 2024

RESUMEN

La estrategia de asociatividad es un modelo que facilita el mejoramiento en la gestión y competitividad de los pequeños productores, permitiéndoles el acceso al mercado. **Objetivo.** La asociatividad para el acceso al mercado por los productores de papa nativa en Perú. **Materiales y Métodos.** La investigación, se llevó a cabo con un diseño no experimental y enfoque cualitativo, analizó a 139 agricultores de papas nativas mediante cuestionarios para evaluar las variables de estrategia de asociatividad y acceso al mercado. Los **resultados** indican que existe una moderada correlación positiva significativa entre las dos variables, y entre la variable estrategia de asociatividad con las tres dimensiones de la variable acceso al mercado. **Conclusiones.** Existe falta de experiencia y desconocimiento de la importancia de la estrategia de asociatividad en el acceso al mercado de parte de los agricultores dedicados a la producción de papa nativa.

Palabras clave: Agricultores; Asociatividad; Cadena productiva; Mercado; Papa nativa

ABSTRACT

The associativity strategy is a model that facilitates the improvement in the management and competitiveness of small producers, allowing them access to the market. **Objective.** Associativity for market access by native potato producers in Peru. **Materials and Methods.** The research, carried out with a non-experimental design and qualitative approach, analyzed 139 native potato farmers through questionnaires to evaluate the variables of associativity strategy and market access. **The results** indicate that there is a moderate significant positive correlation between the two variables, and between the associativity strategy variable and the three dimensions of the market access variable. **Conclusions.** There is a lack of experience and ignorance of the importance of the associativity strategy in market access on the part of farmers dedicated to native potato production.

Key words: Farmers; Associativity; Production chain; Market; Native potato

RESUMO

A estratégia de associativismo é um modelo que facilita a melhoria da gestão e da competitividade dos pequenos produtores, permitindo-lhes aceder ao mercado. **Objetivo.** Associatividade para acesso ao mercado por produtores de batata nativa no Peru. **Materiais e Métodos.** A investigação, realizada com um desenho não experimental e uma abordagem qualitativa, analisou 139 produtores de batata autóctones através de questionários para avaliar as variáveis da estratégia de associativismo e do acesso ao mercado. **Os resultados** indicam que existe uma correlação positiva moderada e significativa entre as duas variáveis, e entre a variável estratégia de associatividade e as três dimensões da variável acesso ao mercado. **Conclusões.** Existe uma falta de experiência e desconhecimento da importância da estratégia de associativismo no acesso ao mercado por parte dos agricultores que se dedicam à produção de batata autóctone.

Palavras-chave: Agricultores; Associativismo; Cadeia produtiva; Mercado; Batata nativa

INTRODUCCIÓN

La agricultura peruana, actividad esencial para garantizar la seguridad nutricional y partícipe del 90% de la producción nacional, ha reportado un notable crecimiento; sin embargo, se estima que tres de cuatro peruanos dedicados a la agricultura registran un limitado desarrollo social, debido a la falta de acceso al mercado, niveles bajos en tecnología y activos mínimos productivos, los cuales se reflejan en la economía de escala (1,5).

Los agricultores peruanos tienen grandes oportunidades de acceso a varios mercados grandes debido a los tratados de comercio libre firmado con otros Estados; no obstante, la falta de asociación en la producción agrícola y el bajo nivel educativo en áreas rurales contribuyen significativamente al inapropiada categoría de negociación y servicios agrícolas; los cuales, dificultan el desarrollo de las capacidades locales, aumentan la falta de confianza y las diferencias de intereses, obstaculizando la organización, el fortalecimiento y el validación de derechos de manera efectiva (2,6). Por tal razón, para lograr la articulación de los productores no organizados y como un modelo de cooperación con el empleo de redes de aprendizaje se utiliza la asociatividad (7,8); el cual, es un modelo organizativo o un camino eficaz que facilita la optimización en la administración y capacidad de competir de los pequeños productores, superando obstáculos comunes que enfrenta la pequeña producción agraria, como el acceso a mercados específicos y

la resolución conjunta de problemas en aspectos organizativos, financieros y comerciales (9,10), priorizando el intercambio de conocimientos y experiencias con base en la confianza de los participantes y en el beneficio común; haciendo más eficientes los procesos comerciales, financieros y administrativos (11,12)

Las cadenas productivas se definen como una estructura compuesta por diversos componentes que intervienen en la generación de recursos básicos, su transformación y la venta del producto terminado; los cuales, requieren de modernas tecnologías y prácticas de gestión en cada etapa de producción (13,14).

El cultivo de papa nativa en Perú, aunque tienen un bajo rendimiento, es una fuente de alimento que está disponible, es de fácil acceso, es de calidad y estabilidad alimentaria, siendo una importante fuente de resistencia biótica, abiótica y mejora de características de calidad; que lo constituye en un reservorio genético (15,18). La gran diversidad de papas nativas y sus características culinarias le permite ser conservada por los agricultores; no obstante, dicha diversidad muestra un crecimiento irregular, evidenciando notables disparidades entre diferentes regiones, debido a que ciertas variedades son reconocidas a nivel nacional y reportan una amplia aceptación en cuanto a su consumo; mientras que otras variedades se limitan a una región específica, siendo desconocidas en su gran mayoría (18,19).

En tal sentido, fue necesario relacionar las variables de asociatividad con el acceso al mercado en agricultores de la cadena de producción de papa nativa, en la provincia Huamalés. Con lo mencionado, la investigación tuvo como objetivo La asociatividad para el acceso al mercado por los productores de papa nativa en Perú.

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se llevó a cabo con un diseño no experimental de variable transversal, utilizando un enfoque cualitativo y un método hipotético deductivo. Se centró en un grupo de 139 agricultores dedicados a la producción de papas nativas. La muestra estuvo compuesta por agricultores seleccionados de diversas localidades involucradas en la producción de papas nativas. Los participantes fueron elegidos de manera intencionada para asegurar la relevancia de la información obtenida.

Se emplearon cuestionarios estructurados para evaluar dos variables clave: estrategia de asociatividad y acceso al mercado.

Evaluación de la estrategia de asociatividad: Esta variable se analizó a través de cuatro dimensiones: Sinergia: Evaluada mediante cuatro indicadores: organización, participación, toma de decisiones y voluntad. Capacitación Tecnológica: Comprendió cinco indicadores: mejoras de producción, personal competente, asesoramiento institucional, participación profesional y experiencia. Innovación: Se evaluó a través de cuatro indicadores:

superación, creatividad, cambios y actualidad. Calidad: Incluyó cinco indicadores: constatación, higiene, transporte, seguridad y certificación.

Evaluación del acceso al mercado: Esta variable se analizó a partir de tres dimensiones:

Elementos del Mercado: Evaluada mediante cinco indicadores: clientes, competidores, nuevos entrantes, productos sustitutos y proveedores.

Ámbito de Mercado: Comprendió tres indicadores: local, regional y nacional. Valor Agregado: Se evaluó a través de cuatro indicadores: presentación del producto, productos derivados, factor diferenciador de calidad y garantía.

Se realizó una prueba de confiabilidad utilizando el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo valores de 0,851 para la variable estrategia de asociatividad y 0,768 para la variable acceso al mercado, lo que indica una buena consistencia interna de los instrumentos utilizados. El análisis de los datos se realizó utilizando el software estadístico SPSS versión 24. La prueba de hipótesis se llevó a cabo mediante el estadístico de Rho Spearman, dado que las variables se midieron en una escala ordinal. El rango del coeficiente de correlación de Spearman osciló entre -1,0 y +1,0, lo que permitió evaluar la relación entre las variables de interés. Se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes antes de la aplicación de los cuestionarios, garantizando la confidencialidad y el uso ético de los datos recopilados en el estudio.

Tabla 1. Ubicación geográfica de las organizaciones de productores de papa nativa.

N°	Organización	Localidad	Distrito	Coordenadas UTM		Altitud (m.s.n.m)
					Norte	
1	El Porvenir	El Porvenir	Llata	295891,6	8940740,8	3496
2	Irma Grande	Irma Grande	Llata	306966,6	8938347,6	3428
3	Luz Divina	El Porvenir	Llata	295792,3	8941080,7	3500
4	San José de Poque	Poque	Puños	291052,3	8945575,6	3947
5	Torre Gaga	Buenos Aires	Puños	295683,8	8948015,6	3780
6	Wuawuan Apay	Pampas de Flores	Miraflores	296518,7	8948704,8	3625

RESULTADOS

Tras aplicar los cuestionarios a los agricultores dedicados a la producción de papa nativa, el 69,8% reportan edades por debajo de los 50 años; el 67,6% pertenecen al género masculino; y el 69,8% registran menos de 10 años de experiencia.

Con respecto a la perspectiva de los agricultores sobre la variable estrategia de asociatividad, el 42,4% la considera poco adecuado.

Asimismo, con relación a sus cuatro dimensiones, el 40,3% considera muy adecuado a la sinergia, es decir que consideran que en su organización las tareas y actividades son organizadas y coordinadas, con una participación constante de los socios, quiénes en ciertas ocasiones toman decisiones para efectuar actividades; no obstante, no consideran voluntaria

el ingreso y retiro de la organización por parte de los socios. El 37,4% considera poco adecuado a la capacitación tecnológica, debido al no uso de instrumentos tecnológicos que les permita determinar los estándares que el mercado exige, y porque los centros de acopio de su organización no tienen los medios tecnológicos para comercializar la papa nativa. El 33,8% considera adecuado a la innovación, porque organizan capacitaciones donde ciertas veces presentan innovaciones acerca del cultivo de papa nativa, pero no cuentan en su centro de acopio con la tecnología adecuada. El 44,6% considera poco adecuado a la calidad, porque sus centros de acopio, y el transporte hacia los mercados, muchas veces no garantizan las condiciones de seguridad e higiene Tabla 2.

Tabla 2. Descripción de perspectiva para la variable estrategia asociatividad y sus dimensiones.

Variable/Dimensiones	Valor										Total
	5		4		3		2		1		
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	
1 Estrategia asociatividad	5	3,6	11	7,9	51	36,7	59	42,4	13	9,4	139
1,1 Sinergia	56	40,3	28	20,1	41	29,5	11	7,9	3	2,2	139
1,2 Capacitación tecnológica	5	3,6	10	7,2	38	27,3	52	37,4	34	24,5	139
1,3 Innovación	11	7,9	47	33,8	28	20,1	26	18,7	27	19,4	139
1,4 Calidad	5	3,6	8	5,8	37	26,6	62	44,6	27	19,4	139

5: Muy adecuado. 4: Adecuado. 3: Medianamente adecuado. 2: Poco adecuado. 1: Nada adecuado. fi: frecuencia absoluta.

Con relación a la perspectiva de los agricultores sobre la variable acceso al mercado, el 40,3% la considera poco adecuado.

Asimismo, con relación a sus tres dimensiones, el 33,1% considera medianamente adecuado a los elementos del mercado, debido a que muchos productores no cuentan con áreas de cultivos necesarios e infraestructura idónea para competir, por lo que opta por dedicarse a la producción de otros cultivos. El 65,5% considera nada adecuado al ámbito del mercado, porque

lo que producen se vende mayormente en el mercado local, en menor porcentaje alcanzan el mercado regional, y solo ciertas producciones venden sus producciones al mercado nacional. El 36,0% considera medianamente adecuado al valor de mercado, porque sus organizaciones no venden las papas nativas en distintas presentaciones de acuerdo a las exigencias del mercado, ni comercializa derivados de la misma

Tabla 3.

Tabla 3. Descripción de perspectiva para la variable acceso al mercado y sus dimensiones.

Variable/Dimensiones	Valor										Total
	5		4		3		2		1		
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	
2 Acceso al mercado	3	2,2	13	9,4	48	34,5	56	40,3	19	13,7	139
2,1 Elementos del mercado	2	1,4	25	18,0	46	33,1	42	30,2	24	17,3	139
2,2 Ámbito del mercado	3	2,2	2	1,4	13	9,4	30	21,6	91	65,5	139
2,3 Valor de mercado	5	3,6	17	12,2	50	36,0	26	18,7	41	29,5	139

5: Muy adecuado. 4: Adecuado. 3: Medianamente adecuado. 2: Poco adecuado. 1: Nada adecuado. fi: frecuencia absoluta.

En la Tabla 4, se observa que existe una moderada correlación positiva muy significativa estadísticamente entre las variables estrategia de asociatividad con el acceso al mercado. Del mismo modo, se reportaron moderadas correlaciones

positivas muy significativas estadísticamente entre la variable estrategia de asociatividad con las tres dimensiones de la variable acceso al mercado (elementos del mercado, ámbito de mercado y valor agregado).

Tabla 4. Correlación con técnica no paramétrica.

		Acceso al mercado	Elementos del mercado	Ámbito de mercado	Valor agregado
Estrategia de asociatividad	Coefficiente correlación	0,377**	0,405**	0,482**	0,266**
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,002
	N	139	139	139	139

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

DISCUSIÓN

Con los análisis estadísticos se demostró que un nivel sobresaliente o deficiente de la variable estrategia de asociatividad genera un nivel sobresaliente o deficiente de la variable acceso al mercado, lo que corrobora que la estrategia de asociatividad de productores pequeños contribuyen a la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el Cusco; sin embargo, dicha correlación no permite mejorar los ingresos de los asociados (20,22). Similar resultado se obtuvo en los productores de palto en Andahuaylas, en donde se reportó una débil relación directa significativa entre la variable estrategia de asociatividad con la variable capacidad de competir de los productores (23).

Los productores de papa nativa participantes en la investigación no tienen la noción de la importancia de la estrategia de asociatividad y su importancia para el acceso al mercado; tampoco evidencian la existencia de una correlación estrecha entre la estrategia de asociatividad con el desarrollo sostenible que les brinde las condiciones adecuadas para alcanzar el crecimiento económico y progreso de la sociedad (24).

A través de Cooperativas Agrarias o redes o cadenas, son la mejor estrategia asociativa para productores de cultivos, debido a que pueden complementar fuerza negociadora, economía a escalas, complementación de capacidades, menos intermediarios y posibilidad de marca; logrando

mayores volúmenes de producción y precios más competitivos (25,26).

Los factores que influyen en la asociatividad de los productores de papa nativa de la provincia de Huamalíes son las características de los servicios de capacitación y/o asesoramiento (son cortas y poco frecuentes) y el limitado financiamiento (27).

Las cinco localidades donde se establecen las organizaciones productivas, de acuerdo a su competitividad local, indican un decaimiento; sin embargo, existen elementos que pueden fortalecerla, tales como la predisposición a asimilar conceptos y procedimientos nuevos, cambio de hábitos y habilidades, la causación acumulativa, entre otros; por lo que es importante que reconozcan la estrategia de asociatividad como un herramienta de progreso rural que los conduzca a la competitividad de su sector (28-29).

CONCLUSIONES

Por la falta de experiencia de los agricultores dedicados a la producción de papas nativas, se determinó una moderada correlación positiva muy significativa entre la variable estrategia de asociatividad con la variable acceso al mercado; y del mismo modo de la variable estrategia de asociatividad con las tres dimensiones de la variable acceso al mercado. Es decir, una sobresaliente o deficiente estrategia de asociatividad genera un sobresaliente o deficiente acceso al mercado en los agricultores dedicados a la producción de papa nativa en Huamalíes, Huánuco.

CONFLICTO DE INTERESES. Declaramos no tener ningún tipo de conflicto de interés que influyera en los resultados o en las interpretaciones de la investigación efectuada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Velásquez-Barbachán J. Influencia de la asociatividad en los productores de palta del distrito de la Joya, provincia de Arequipa, 2018. Tesis de Posgrado de Magíster en Proyectos de Inversión 2021. Universidad Católica de Santa María. Arequipa de Perú. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f24140e9-3979-43a4-88ae-a4d79dd5709c/content>
2. Mesía-Herrera J, Pinto-Melgarejo D. 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 Posgrado de Magíster en Gerencia Social con mención en Gerencia de Programas y Proyectos de Desarrollo y con mención en Gerencia del Desarrollo Económico Local 2022. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima de Perú. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/22527/MES%c3%8da_HERRERA_PINTO_MELGAREJO1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
3. Castro M, Portuondo F. Acerca de las economías de escala, el tamaño y la localización de inversiones. *Economía y Desarrollo*, 2009; 143 (1), 204-213. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433568002>
4. Ibarra M, González L, Demuner M. Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 2017; 18 (35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>.
5. Usman M, Callo-Concha D. Does market Access improve dietary diversity and food security? Evidence from Southwestern Ethiopian smallholder coffee producers. *Agric Econ*, 2021; 9, 18. <https://doi.org/10.1186/s40100-021-00190-8>.
6. Valdíglesias J. Asociatividad de pequeños agricultores y exportación en la región peruana de Cajamarca. *Apuntes*, 2023; 96, 163-192. <https://doi.org/10.21678/apuntes.96.1970>.
7. Domínguez J, Castillo E. Las organizaciones comunitarias del agua en el Estado de Veracruz. Análisis a la luz de la experiencia latinoamericana. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 2018; 33 (2), 459-503. <https://doi.org/10.24201/edu.v33i2.1756>.
8. Tregear A, Cooper S. Embeddedness, social capital and learning in rural areas: The case of producer cooperatives. *Journal of Rural Studies*, 2016; 44, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.rurstud.2016.01.011>.
9. Figueroa-Leon I, Saavedra-Cruzado L. La asociatividad y competitividad de las organizaciones de pequeños productores del sector agrario peruano. Caso de estudio: Cooperativa Túpac Amaru.
10. Guerrero-Paredes D. Propuesta de asociatividad para mejorar la gestión y competitividad de los productores de pimienta piquillo en el distrito de Motupe región de Lambayeque. Tesis de Grado para la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas 2019. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo de Perú. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2111/1/TL_GuerreroParedesDiana.pdf
11. Hidalgo R. Estrategia de asociatividad para el desarrollo económico local. Santiago de Chile: EURE.
12. Barrera A, Espejel A, Herrera B, Cuevas, V. Asociatividad empresarial de organizaciones productoras de vainilla en el Totonacapan. *Agroproductividad*, 2016; 9 (1), 79-85. <http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=113010070&lang=es&site=ehost-live>

- 13.** Castellanos O, Marina, L. Manual metodológico para la definición de agendas de investigación y desarrollo tecnológico en cadenas productivas agroindustriales". Bogotá: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social de Colombia. Universidad Nacional de Colombia, 2010. https://issuu.com/biogestion/docs/agenda_flores_giro
- 14.** De Amorim F, Queiroz T, De Oliveira C, Luiz W. Cultivation practices of sugarcane: an analysis of the competitiveness of sugarcane suppliers in Brazil. *Sugar Tech*, 2021; 23, 476-483. <https://doi.org/10.1007/s12355-020-00935-7>.
- 15.** Devaux A, Goffart J, Oetsakos A, Kromann P, Gatto, M, Okello J, Suarez V, Hareau G. Global food security, contributions from sustainable potato agri-food systems. In: Campos H, Ortiz O, (eds) *The potato crop*. Springer, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-28683-5_1.
- 16.** Dalamu D, Tiwari J, Zinta R, Bhatia N, Kaushal N, Kumar V. Genetic diversity and population structure analyses using simple sequence repeat markers and phenotypic traits in native potato collection in india. *Potato Res*, 2024; 67, 357-381. <https://doi.org/10.1007/s11540-023-09641-9>.
- 17.** De la Cruz G, Miranda T, Blas R, Neyra E, Orjeda G. Simple sequence repeat – based genetic diversity and analysis of molecular variance among on – farm native potato landraces from the influence zone of Camisea Gas Project, Northern Ayacucho, Peru. *Am. J. Potato Res.*, 2020; 97, 143-161. <https://doi.org/10.1007/s12230-020-09763-7>.
- 18.** Zevallos E, Inga J, Alvarez F, Marmolejo K, Paitan R, Viza I, Becerra D, Rixi G, Silva-Díaz C. First signs of late blight resistance in traditional native potatoes of Pasco – Peru, a preliminary assay. *Agric & Food Secur*, 2021; 10, 33. <https://doi.org/10.1186/s40066-021-00330-9>.
- 19.** Quispe-Ecos N. Análisis de la cadena de valor de la papa nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha – provincia de Andahuaylas – Apurímac. Tesis de Posgrado de Magíster en Biocomercio y Desarrollo Sostenible 2013. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima de Perú. <https://core.ac.uk/download/pdf/196533696.pdf>
- 20.** Valderrama S. Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta. 2th ed. San Marcos, Lima; 2015.
- 21.** Guillén O, Valderrama S. Guía para elaborar la tesis universitaria escuela de posgrado. Andoeducandoperu, Lima; 2015.
- 22.** Quillahuamán D, Carazas M. La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015. Tesis de Posgrado de Magíster en Administración Pública 2018. Universidad Católica Sedes Sapientae. Lima de Perú. https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/523/Quillahuaman_Carazas_tesis_maestria_2018c.pdf?sequence=12
- 23.** Montes M. Estrategias asociativas y la competitividad de los productos de palto del distrito de Kaquiabamba, Andahuaylas – 2016. Tesis de Grado para la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas 2017. Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas de Perú. https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14168/284/Mauro_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 24.** Quiroz G, Front-Aranda M, Sánchez-Briones A. Asociatividad un paradigma que fortalece el desarrollo sostenible de la sociedad. *Pol. Con.*, 2021; 6 (8), 220-241. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i5.2734>.
- 25.** Bobadilla-Alfaro K, Orrillo-Carranza J. Propuesta de un modelo de asociatividad para los productores de la caña de azúcar del caserío Guayabo – Contumazá como estrategia para la comercialización del aguardiente al mercado de Asturias – España. Tesis de Grado para la obtención del título de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales 2018. Universidad Privada del Norte. Cajamarca de Perú. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14805/Bobadilla%20Alfaro%2c%20Karely%20Sadith-Orrillo%20Carranza%2c%20Jenny%20Magaly_Tesis.pdf?sequence=12&isAllowed=y

- 26.** Lozano F. La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Rev.relac.int.estrateg.segur.*, 2010; 5 (2). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007
- 27.** Valle F, Rodríguez R, Gómez E. Situation of the associativity in papa producers of the Andahuaylas province, Apuríma region, Peru. *Journal of Research and Opinion*, 2020; 7 (3), 2676-2683. <https://doi.org/10.15520/jro.v7i3.58>.
- 28.** Valdivia-Altamirano W. Asociatividad y competitividad, una aproximación. *Econ. soc. territ*, 2011; 11 (36). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212011000200011
- 29.** Sanabria N, Salgado L. Aproximación al concepto de asociatividad agropecuaria como desarrollo rural. *Vértice univ.*, 2023; 25 (94). <https://doi.org/10.36792/rvu.v25i94.68>.