

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**INFLUENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD RURAL EN LA
CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE ORÉGANO EN
EL DISTRITO DE CHIGUATA. 2020**

Tesis presentada por el Bachiller:

Talavera Fernández, Christian André

Para optar el Título Profesional de:

Ingeniero Comercial. Especialidad:

Negocios Internacionales

Asesora:

Mgter. Villanueva Paredes, Grace Ximena

Arequipa – Perú

2023

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
INGENIERIA COMERCIAL
CON ESPECIALIDAD EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
TITULACIÓN CON TESIS
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 05 de Septiembre del 2023

Dictamen: 010364-C-EPICO-2023

Visto el borrador del expediente 010364, presentado por:

2010203071 - TALAVERA FERNANDEZ CHRISTIAN ANDRE

Titulado:

**INFLUENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD RURAL EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA
EXPORTABLE DE ORÉGANO EN EL DISTRITO DE CHIGUATA. 2020**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**29272817 - VARGAS ESPINOZA LUIS
DICTAMINADOR**



**29618838 - QUINTANILLA RODRIGUEZ MARTIN PATRICIO
DICTAMINADOR**



**72649297 - VILLANUEVA PAREDES GRACE XIMENA
DICTAMINADOR**



INFLUENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD RURAL EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE ORÉGANO EN EL DISTRITO DE CHIGUATA. 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Católica de Santa María	5%
	Trabajo del estudiante	
2	Submitted to Universidad Tecnológica del Perú	2%
	Trabajo del estudiante	
3	tesis.pucp.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
4	www.monografias.com	1%
	Fuente de Internet	
5	tesis.ucsm.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
6	issuu.com	<1%
	Fuente de Internet	
7	repositorio.unjbg.edu.pe	<1%
	Fuente de Internet	
8	renati.sunedu.gob.pe	

Fuente de Internet

<1 %

9

docplayer.es

Fuente de Internet

<1 %

10

hdl.handle.net

Fuente de Internet

<1 %

11

orton.catie.ac.cr

Fuente de Internet

<1 %

12

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

dspace.pucesi.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

14

repositorio.uandina.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

15

www.uss.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

16

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de
Administración de Negocios para Graduados

Trabajo del estudiante

<1 %

17

repository.icesi.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

18

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

19

1library.co

Fuente de Internet

<1 %

20

repositorio.unprg.edu.pe:8080

Fuente de Internet

<1 %

21

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

22

repositorio.flacsoandes.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

23

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

24

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

25

s3.amazonaws.com

Fuente de Internet

<1 %

26

repositorio.ucsm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

27

edoc.pub

Fuente de Internet

<1 %

28

www.dspace.uce.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

29

aprenderly.com

Fuente de Internet

<1 %

30

gabinete.mx

Fuente de Internet

<1 %

31	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
32	www.imocorp.com.mx Fuente de Internet	<1 %
33	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.unas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	www.fce.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %
38	www.ijsr.net Fuente de Internet	<1 %
39	www.oocities.org Fuente de Internet	<1 %
40	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
41	imgbiblio.vaneduc.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

43

rraae.cedia.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

44

www.repositorio.unach.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

45

globaljournals.org

Fuente de Internet

<1 %

46

repositorio.uap.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

47

repositorio.unh.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

48

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

49

vsip.info

Fuente de Internet

<1 %

50

www.gomeraverde.com

Fuente de Internet

<1 %

51

www.prolades.com

Fuente de Internet

<1 %

52

Submitted to Universidad del Valle

Trabajo del estudiante

<1 %

53

repositorio.ujed.mx

Fuente de Internet

<1 %

54

repositorio.umb.edu.pe:8080

Fuente de Internet

<1 %

55	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
56	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
57	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
58	riunet.upv.es Fuente de Internet	<1 %
59	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 16 (2000)", Brill, 2004 Publicación	<1 %
60	biblat.unam.mx Fuente de Internet	<1 %
61	cicsa.uaslp.mx Fuente de Internet	<1 %
62	ciencia.lasalle.edu.co Fuente de Internet	<1 %
63	produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	<1 %
64	repositorio.ulead.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
65	sigb.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

66	unhabitat.org Fuente de Internet	<1 %
67	worldwidescience.org Fuente de Internet	<1 %
68	www.aia.cl Fuente de Internet	<1 %
69	www.elcomercioperu.com.pe Fuente de Internet	<1 %
70	www.indecopi.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
71	www.repositorio.poli.ufrj.br Fuente de Internet	<1 %
72	www.repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
73	www.skijumpingrus.com Fuente de Internet	<1 %
74	www.tesis.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
75	www3.itu.int Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

DEDICATORIA

Con afecto y cariño para mis padres Máximo y Carmen, por siempre darme su apoyo constante, inculcarme valores y enfocarme en crecer cada día; a mi hermano Hans agradezco por los consejos y compartir su fortaleza; y para mi Jull por su amor infinito, esta tesis va para ustedes.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios Todopoderoso por siempre cuidar e iluminar mi camino, por levantarme en cada tropiezo y hoy estar aquí para seguir adelante, a los docentes por compartir sus conocimientos, a mi familia por su amor incondicional.



RESUMEN

El estudio se realizó con la intención de determinar la influencia de la asociatividad rural en la consolidación de la oferta exportable de orégano producido en el distrito de Chiguata - Arequipa, a través del análisis de los factores asociativos que orientan el funcionamiento de la organización y para identificar las características de la oferta exportable. Se realizó un análisis documental y revisión de las bases estadísticas SIICEX, PROMPERU y MINAG sobre producción y exportaciones, precios, áreas de siembra; así como también se realizó encuestas dirigido a los productores rurales, las cuales se sistematizaron y procesaron utilizando el paquete estadístico SPSS versión 24.

Los resultados muestran que: La edad promedio del productor es de 63.5 años correspondiente a la población del adulto mayor (87%), estado civil de casado (57%), el mejor grado de instrucción desde secundaria a superior (65%), dedicado a la producción de orégano orgánico. El nivel de conocimiento de la asociatividad es bueno (91%) aprendido en las sesiones de capacitación dirigidas por la ONG El Taller; sus principales problemas que enfrentan los productores son: escases de materias primas esenciales (61%), escasa mano de obra (70%), factor climático adverso (22%), bajos precios de productos (83%) y alto costo de crédito (83%).

La oferta de orégano del distrito de Chiguata está orientado a empresas exportadoras por tener carácter orgánico (82.6%), no utilizan insumos químicos en su producción (82.6%), para lo cual utilizan áreas menores a 02 topes en la mayoría de los casos (74%). Los productores no están conformes con el nivel de ingreso precio pagado por kilogramo (60.9%), y están algo interesados en invertir recursos económicos y materiales para expandirse (60.9%), la mayoría de ellos accedió a capacitación productiva (43.4%) y muestran interés para el acceso a capacitación sobre tecnologías para el proceso de comercialización (82.6%). Se determinó que existe relación directamente proporcional entre las variables asociatividad productiva y capacidad exportadora orientada a productos orgánicos, característica que predispone el proceso asociativo, mientras se mantengan condiciones de conocimiento, interés y práctica

asociativa, las organizaciones podrán desarrollarse adecuadamente en la búsqueda de consolidar su oferta exportable.

Palabras Clave: Orégano, Asociatividad, Oferta Exportable.



ABSTRACT

The study was carried out with the intention of determining the influence of associativity in the consolidation of the exportable supply of oregano produced in Chiguata's district, through the analysis of associative factors that guide the operation of the organization and identify the characteristics of the exportable offer. The documentary analysis and statistical bases of SIICEX and PROMPERU and MINAG were carried out on production and exports, prices, planting areas; Surveys directed at rural producers were also used, which were systematized and processed using the SPSS statistical package version 24.

The results show that: The average age of the producer is 63 years, corresponds to the elderly population (87%), in civil married status (57%), with better education from secondary to higher (65%), dedicated to organic oregano production. The level of knowledge of associativity is good (91%) learned in the training sessions led by the NGO El Taller; its main problems faced by producers are shortage of essential raw materials (61%), shortage of labor (70%), adverse climatic factor (22%), low product prices (83%) and high cost of credit. (83%).

The supply of oregano from Chiguata's district is aimed at exporting companies for having an organic nature (82.6%), they do not use chemical inputs in their production (82.6%), for which they use areas less than 02 moles in most cases (74%). Producers are not satisfied with the level of income price paid per kilogram (60.9%), and are somewhat interested in investing economic and material resources to expand (60.9%); most of them accessed productive training (43.4%) and show interest in access to training on technologies for the commercialization process (82.6%). It was determined that there is a directly proportional and significant level relationship between the variable's productive associativity and export capacity oriented to organic products, a characteristic that predisposes the associative process, as long as conditions of

knowledge, interest and associative practice are maintained, organizations may develop properly in the seeking to consolidate its exportable offer.

Key Words: Oregano, Associativity, Exportable Offer



INTRODUCCIÓN

A nivel nacional, la producción de orégano se ha concentrado en la región Tacna (1091 ha.), seguido por Moquegua (328 ha.) y Arequipa (286 ha); en este último departamento resalta el distrito de Chiguata, el cual, por su ubicación geográfica, altitudinal (2859 y 3000 m.s.n.m.) y edafoclimática, posee brinda fortalezas para el desarrollo de la actividad productiva con enfoque agroecológico, las temperaturas fluctúan entre los 11 y 17°C con baja precipitación pluvial durante todo el año.

La investigación se encuentra organizado en cuatro capítulos. El primer capítulo analiza la asociatividad productiva, los objetivos, tipos y limitaciones, los enfoques de las organizaciones productivas y el marco normativo que promueve la asociatividad.

En el segundo capítulo se explica las bases teóricas de la oferta exportable, los objetivos, limitaciones y factores que determinan su desarrollo y características de la oferta exportable del orégano arequipeño.

En el tercer capítulo se analiza la producción de orégano en el distrito de Chiguata, desde la revisión del análisis FODA, PEST y los atributos del producto, su clasificación, requerimientos agronómicos y su producción.

En el cuarto capítulo se narran los resultados de las encuestas ordenados según los objetivos de estudio. Finalmente, se exponen la conclusiones y recomendaciones del estudio.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN	ix
CAPÍTULO I: ASOCIATIVIDAD	1
1 La Asociatividad	1
1.1 Definiciones	1
1.2 Objetivos.....	1
1.3 Limitaciones para el desarrollo de la Asociatividad	2
1.4 La organización empresarial de los pequeños productores.....	2
1.5 Marco Normativo Peruano para promover la Asociatividad Productiva.....	3
1.6 Rol del Estado en el proceso asociativo.....	3
CAPÍTULO II: OFERTA EXPORTABLE	5
2 La Oferta Exportable	5
2.1 Definición de Oferta	5
2.2 Definición de Oferta Exportable.....	5
2.3 Factores que determinan la oferta exportable	5
2.4 Oferta Exportable de Orégano Arequipeño	6
2.5 Exportaciones del Orégano (datos históricos)	8
CAPÍTULO III: PRODUCCIÓN DE OREGANO EN EL DISTRITO DE CHIGUATA.....	12
3 Distrito de Chiguata	12
3.1 Mapa Organizacional a nivel distrital.....	15
3.2 Análisis FODA del sector agrario a nivel distrital.....	19
3.3 Matriz Pest del sector agrícola a nivel distrital.....	20
3.4 El Orégano	20
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	26
4.1 Características Generales de Productores de Orégano a Nivel distrital.....	26
4.2 Factores Asociativos de las organizaciones de productores en el distrito de Chiguata	30

4.3 Características de la oferta exportable de orégano	44
4.4 Influencia de la Asociatividad en la consolidación de la oferta exportable de orégano en el distrito de Chiguata	56
4.5 Propuesta para el desarrollo del Modelo Asociativo que permitirá consolidar la oferta exportable	60
CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
ANEXOS	71



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Producción nacional de orégano según departamento 2019.....	6
Tabla N° 2 Principales destinos del orégano peruano.....	7
Tabla N° 3 Exportaciones de orégano Perú	8
Tabla N° 4 Exportaciones de orégano Arequipa.....	9
Tabla N° 5 Exportaciones de orégano orgánico Arequipa.....	10
Tabla N° 6 Precio percibido en el exterior	11
Tabla N° 7 Límites del distrito de Chiguata y sus Anexos	13
Tabla N° 8 Vías de acceso al distrito de Chiguata	14
Tabla N° 9 Matriz de involucrados del sector agrícola rural	17
Tabla N° 10 Análisis FODA	19
Tabla N° 11 PEST del sector agrícola.....	20
Tabla N° 12 Clasificación Taxonómica	21
Tabla N° 13 Principales cultivos de hierbas aromáticas a nivel distrital	22
Tabla N° 14 Rendimiento según principales cultivos de hierbas aromáticas 2019.....	23
Tabla N° 15 Precio promedio por producto 2019 y 2020	24
Tabla N° 16 Análisis FODA de las Organizaciones de productores en Chiguata	25
Tabla N° 17 Distribución de productores de orégano según Grandes Grupos de Edad .	26
Tabla N° 18 Distribución productores de orégano según Estado Civil	27
Tabla N° 19 Distribución de productores de orégano según Nivel de Instrucción	28
Tabla N° 20 Distribución productores de orégano según Enfoque de Producción	29
Tabla N° 21 Distribución productores de orégano según Nivel de Conocimiento sobre Asociatividad	30
Tabla N° 22 Distribución de productores de orégano según su conocimiento sobre Incentivos para la Asociatividad Productiva	31
Tabla N° 23 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Abastecimiento de Insumos.....	32
Tabla N° 24 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Producción	33
Tabla N° 25 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Comercialización	34
Tabla N° 26 Problemas más frecuentes del productor de orégano en el Acceso a Crédito	35
Tabla N° 27 Importancia de la Asociatividad para el productor de orégano	36
Tabla N° 28 Percepción sobre la Solución de los problemas más frecuentes del productor rural a través de la Asociatividad	37
Tabla N° 29 Interés del productor por continuar en la organización productiva	38
Tabla N° 30 Distribución productores de orégano según nivel de participación en la organización productivas	39
Tabla N° 31 Frecuencia de reunión de productores de orégano	40
Tabla N° 32 Limitantes para el ingreso de más asociados	41

Tabla N° 33 Beneficios percibidos por el productor rural si se asociara en alguna organización productiva.....	42
Tabla N° 34 Compradores más frecuentes de productos	44
Tabla N° 35 Uso de insumos químicos para garantizar la calidad de su producto	45
Tabla N° 36 Distribución productores de orégano según área de producción	46
Tabla N° 37 ¿Considera que la cantidad de orégano que produce puede ser suficiente para su comercialización en el exterior?.....	47
Tabla N° 38 Conformidad respecto al nivel de ingreso, producto de la producción de orégano.....	48
Tabla N° 39 Interés por invertir sus recursos (económicos y materiales) para expandirse en mercados del exterior	49
Tabla N° 40 Acceso a créditos bancarios para financiamiento de producción de orégano	50
Tabla N° 41 Acceso a capacitaciones para conocer mejor el sector agrario.....	51
Tabla N° 42 Frecuencia con la cual los organismos estatales fomentan capacitaciones dirigidas a productores de orégano de la localidad.....	52
Tabla N° 43 Interés por el capacitarse sobre el uso de tecnología en la comercialización de productos.....	53
Tabla N° 44 Percepción sobre el precio del orégano en el departamento de Arequipa ...	54
Tabla N° 45 Atributos más competitivos que caracterizan al orégano de su localidad ...	55
Tabla N° 46 Relación entre las características del productor y el nivel de las capacidades asociativas	57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Ubicación del Distrito de Chiguata	13
Gráfico N° 2 Principales cultivos de hierbas aromáticas en el distrito Chiguata.....	22
Gráfico N° 3 Distribución productores de orégano según Grandes Grupos de Edad	26
Gráfico N° 4 Distribución productores de orégano según Estado Civil	27
Gráfico N° 5 Distribución de productores de orégano según Nivel de Instrucción	28
Gráfico N° 6 Distribución productores de orégano según Enfoque de Producción	29
Gráfico N° 7 Distribución productores de orégano según Nivel de Conocimiento sobre Asociatividad	30
Gráfico N° 8 Distribución de productores de orégano según su conocimiento sobre Incentivos para la Asociatividad Productiva	31
Gráfico N° 9 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Abastecimiento de Insumos.....	32
Gráfico N° 10 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Producción	33
Gráfico N° 11 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Comercialización	34
Gráfico N° 12 Problemas más frecuentes del productor de orégano en el Acceso a Crédito	35
Gráfico N° 13 Importancia de la Asociatividad para el productor de orégano	36
Gráfico N° 14 Percepción sobre la Solución de los problemas más frecuentes del productor rural a través de la Asociatividad	37
Gráfico N° 15 Interés del productor por continuar en la organización productiva	38
Gráfico N° 16 Distribución productores de orégano según nivel de participación en la organización productiva.....	39
Gráfico N° 17 Frecuencia de reunión de productores de orégano	40
Gráfico N° 18 Limitantes para el ingreso de más asociados en las organizaciones de productores.....	41
Gráfico N° 19 Beneficios percibidos por el productor rural si se asociara en alguna organización productiva.....	42
Gráfico N° 20 Paradigmas a superar para lograr asociatividad.....	43
Gráfico N° 21 Compradores más frecuentes de productos	44
Gráfico N° 22 Uso de insumos químicos para garantizar la calidad de su producto	45
Gráfico N° 23 Distribución productores de orégano según área de producción	46
Gráfico N° 24 ¿Considera que la cantidad de orégano que produce puede ser suficiente para su comercialización en el exterior?.....	47
Gráfico N° 25 Conformidad respecto al nivel de ingreso, producto de la producción de orégano.....	48
Gráfico N° 26 Interés por invertir sus recursos (económicos y materiales) para expandirse en mercados del exterior	49

Gráfico N° 27 Acceso a créditos bancarios para financiamiento de producción de orégano.....	50
Gráfico N° 28 Acceso a capacitaciones para conocer mejor el sector agrario.....	51
Gráfico N° 29 Frecuencia con la cual los organismos estatales fomentan capacitaciones dirigidas a productores de orégano de la localidad.....	52
Gráfico N° 30 Interés por el capacitarse sobre el uso de tecnología en la comercialización de productos.....	53
Gráfico N° 31 Percepción sobre el precio del orégano en el departamento de Arequipa	54
Gráfico N° 32 Atributos más competitivos que caracterizan al orégano de su localidad	55
Gráfico N° 33 Relación entre el nivel de Asociatividad y las percepciones sobre capacidad de oferta exportable de los productores de orégano en Chiguata	56
Gráfico N° 34 Proceso de selección de productores de orégano.....	61
Gráfico N° 35 Proceso de fortalecimiento de la asociatividad productiva en las organización de productores de Orégano	62



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 : Anexo de Miraflores	102
Ilustración 2: Orégano cultivado en Chiguata	103
Ilustración 3: Lugar de Acopio Anexo Cari Cari.....	104
Ilustración 4: Lugar de Acopio Anexo Santa María	105
Ilustración 5: Lugar de reuniones y Acopio Anexo Miraflores	106
Ilustración 6: Andenería de Chiguata (orégano)	107
Ilustración 7: Lluvia de Enero en Chiguata	108
Ilustración 8: Feria Dominical Plaza de Chiguata, Asociación de Productores Ecológicos para la Agroexportación de Chiguata Arequipa (ASPEPACHA)	109
Ilustración 9: Control Siembra de Orégano	110
Ilustración 10: Control Siembra de Orégano, Insumos y riegos.....	111
Ilustración 11: Método de control de las Cosechas según la Fase Lunar	112
Ilustración 12: Actividades durante el Cultivo según Fase Lunar	113



CAPÍTULO I: ASOCIATIVIDAD

1 La Asociatividad

1.1 Definiciones

De acuerdo con Rosales (1996) citado por Mariño (2012), el concepto de asociatividad está enfocado en el desarrollo de “mecanismos de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización de las economías nacionales” (p. 1899), hace alusión a la integración de las organizaciones en el contexto mundial, donde todos se encuentran interconectados por el comercio.

De acuerdo con Fiallos (2010) citado por Rodríguez (2015) el mecanismo de “asociatividad surge como uno de los mecanismos de cooperación que persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes” (p. 22); nuevamente se pone énfasis en resolución de problemas que tienen un mismo origen, la solución parte de reconocerlos y cooperar para su solución grupal.

1.2 Objetivos

Los principales objetivos para iniciar el proceso de asociatividad son la visión de poder superar problemas comunes, según Zamora (2011) citado por Rocha (2018), los asociados “se complementen entre sí, de manera tal de que todos tengan algo para contribuir y de esta manera obtener algún beneficio” (p. 15), estos beneficios son consensuados en el grupo a fin que puedan cumplir con las expectativas de los asociados.

1.3 Limitaciones para el desarrollo de la Asociatividad

En los diferentes análisis de Prompyme y Mintra, se enuncia que, para lograr una adecuada asociatividad, es necesario superar limitaciones como: “el tiempo que toma el desarrollo de los proyectos, la ausencia de capacidades locales, la falta de descentralización estatal y estabilidad institucional, la ausencia de infraestructura básica y la aversión a la cooperación con la competencia” (Prompyme & Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2017), estos fenómenos se agudizan más en la pandemia.

Para Rosales (1996) citado por Santamaría (2019) las limitaciones están referidas a la “falta de información, la desconfianza, falta de cultura de cooperación, la ausencia de un entorno institucional, unido a ello la falta de difusión de las experiencias que pueden ser tipificadas como praxis de asociatividad” (pp. 24-25)

1.4 La organización empresarial de los pequeños productores

A fin de superar las diferentes limitaciones que se presentan en la organización de pequeños productores (PP) y lograr “obtener mayores beneficios económicos y sociales en las actividades productivas y/o comerciales que realizan” (López Rosse, 2008, p. 19), el proceso debe orientarse en el impulso de la actividad emprendedora para superar problemas comunes.

Los pequeños productores se han organizados en negocio comunales rurales muchos de ellos, con carácter de informal, caracterizándose por ser organizaciones “unipersonales, enfocada hacia la producción y provisión de algún servicio, su producción satisface la demanda local, no se hacen registros contables, ni pago de impuestos” (López Rosse, 2008, p. 08).

1.5 Marco Normativo Peruano para promover la Asociatividad Productiva

En el año 2009, se emitió la Ley 29337, que dita medidas para impulsar el desarrollo de cadenas productivas, es decir, faculta a los gobiernos ocales y regionales a poder invertir directamente en la parte productiva, sin tener que pasar por muchos procesos burocráticos enmarcado en Invierte.pe.

La ley 29337 se fundamenta en la mejora de la competitividad “a través de la transferencia de conocimientos y tecnología para superar los principales puntos críticos en las cadenas productiva” (Ley 29337, 2009).

El respectivo reglamento para la aplicación de la Ley, inciso 4.14 donde explicita las normas para apoyar la competitividad productiva, y se menciona expresamente que solo se cofinancia “propuestas productivas que presenten los agentes económicos organizados” (Reg. Ley 29337, 2021), no se aceptan propuestas individuales, de esta forma se impulsa la asociatividad.

1.6 Rol del Estado en el proceso asociativo

En todo el proceso asociativo, la participación Estado y los diferentes estamentos del gobierno es necesario e imprescindible, esto permitirá lograr mecanismos de participación e integración sostenibles para los agentes económicos organizados (Suárez, 2018).

De acuerdo con Rodríguez (2015) entre las principales instituciones responsables de brindar direccionamiento y apoyo asociativa están: “El Estado, representado por el gobierno de turno y los diferentes Ministerios, los diferentes grupos organizados en gremios empresariales, las asociaciones o cámaras de comercio e industria, las Universidades y los actores sociales involucrados en el proceso” (p. 23)

Es obligación que se deban “cooperar para generar un ambiente propicio para la creación de estos grupos, brindar servicios específicos, promover la

asociatividad, acceso al financiamiento, generar asesoramiento y capacitación permanente” (Suárez, 2018).

El estado peruano a través de algunas entidades como el Ministerio de la Producción, el Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Turismo y Comercio Exterior desarrollaron algunos mecanismos de promoción de la asociatividad con débiles resultados, no ha logrado articular la oferta exportable de los pequeños productores organizados empíricamente en cadenas productivas que existen en forma natural y necesitan ayuda para superar los puntos críticos de la gestión.



CAPÍTULO II: OFERTA EXPORTABLE

2 La Oferta Exportable

2.1 Definición de Oferta

Según Mankiv (s.f.) citado por Montes (2018) la oferta está definida por la relación entre la cantidad de bienes que el productor o productores están dispuestos a intercambiar para satisfacer alguna necesidad del mercado (p. 23)

2.2 Definición de Oferta Exportable

Para Labarga y Scheker (2017) citado por Vásquez (2019) la definición de oferta exportable está enfocada en “asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados destino de exportación” (p. 38), complementa al concepto de oferta que pueda asegurar la dotación de productos.

2.3 Factores que determinan la oferta exportable

Entre los diferentes factores que determinan oferta en el proceso de exportación mencionados por Luna (2014) citado por Vásquez (2019) encontramos: “la identificación de productos potencialmente exportables, del mismo modo los posibles mercados destino, la capacidad de producción, los requerimientos del mercado exterior, la selección de mercados y finalmente los costos de exportación” (Vásquez, 2019, p. 42).

En la temática financiera, es imprescindible analizar “los costos de exportación, los cuales son gastos en que debe incurrir el exportador, hasta dejar el producto a disposición del cliente” (Vásquez, 2019, p. 44).

En todo el proceso de deben observa los “Incoterms, los cuales definen las responsabilidades de las empresas compradoras y vendedoras en la entrega de mercancías, estas reglas se incorporan con regularidad y se han convertido en parte del lenguaje cotidiano del comercio” (Quintanilla & Prieto, 2016, p. 100)

2.4 Oferta Exportable de Orégano Arequipeño

a. Producción de Orégano a nivel Nacional

Tacna es el departamento con mayor producción y comercialización de orégano, le siguen departamentos como Arequipa y Moquegua (DRAT, 2016) como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 1 Producción nacional de orégano según departamento 2019

REGIÓN NACIONAL	PRODUCCIÓN (Tn)	SUPERFICIE (Ha)	RENDIMIENTO (Kg/Ha)	PRECIO EN CHACRA (S//Kg)
Tacna	11,174	2,455	4,552	5.15
Arequipa	2,575	603	4,270	5.19
Moquegua	2,114	865	2,444	6.37
Apurímac	74	37	1,995	2.90
Junín	61	31	1,975	4.89
Ayacucho	48	11	4,364	2.11
Puno	17	6	2,833	0.60
Total	16,063	3,266	22,433	5.29

Nota: Dirección Regional de Agricultura de Tacna (2019)

b. Mercados Internacionales

Entre los principales mercados destina a nivel internacional tenemos al mercado Brasileño caracterizado por la industria cárnica, seguido por el mercado de España donde se consume el orégano sin procesar; el mercado Chileno es el tercer gran comprador para complementar su demanda o para darle un valor agregado y posicionarlo en otros mercados, especialmente europeos. Finalmente, tenemos al mercado de Argentina, donde la gran industria cárnica y de embutidos lo utiliza como sazonador y conservante.

Tabla N° 2 Principales destinos del orégano peruano

MERCADO	%VAR 19-18	%PART19	FOB-19(MILES USD)
Brasil	-20%	40%	4,560,191.14
España	-31%	17%	1,318,091.96
Chile	-36%	9%	1,179,980.03
Argentina	-46%	7%	1,351,540.00
Alemania	313%	7%	510,681.00
Italia	24%	5%	330,410.04
Uruguay	1%	5%	399,124.35
Ecuador	-19%	4%	488,704.42
Panamá	-43%	1%	136,099.27
Suecia	242%	1%	113,600.00

Nota: Azatrade (2019)

Para fines del año 2019, el orégano mostro crecimiento en volumen exportado, sin embargo, el precio no fue favorable en comparación con el año anterior donde se cotizo en US\$ 2.81 mientras que en el 2019 cayó a US\$ 1.95.

2.5 Exportaciones del Orégano (datos históricos)

a) Exportaciones de orégano (Perú)

Tabla N° 3 Exportaciones de orégano Perú

	KILOS	FOB (USD)	Var. anual %
2014	6.070.987	14.507.406	
2015	5.586.143	10.223.207	29,53%
2016	4.812.185	12.354.448	20,84%
2017	4.849.025	19.803.594	60,29%
2018	6.158.140	17.308.162	-12,60%
2019	6.886.455	13.409.470	-22,52%

Nota: Agrodataberu (2019)

De los últimos 5 años (2015 – 2019) el año 2015 se obtuvo 10, 223,207 de valor FOB en miles de US \$ siendo el año más bajo, caso contrario, se pudo percibir un incremento en el año 2017, el cual fue el año más favorable para las exportaciones de tipo Agropecuaria en el sector de Productos No Tradicionales obteniendo un total de 19, 803,594 Valor FOB en miles de US \$ de las exportaciones de Orégano a nivel nacional con una variación % anual en referencial del año pasado de 60.29%.

A partir del año 2018 se observa disminución en el precio del orégano, de acuerdo a los informes de la Dirección Agraria (El Correo, 2019) las principales causas son: la sobreproducción, la disminución en la calidad por factores de contaminación y la incursión en el mercado internacional de otros productores han conllevado a bajar el precio.

b) Exportaciones de orégano (Arequipa)

Tabla N° 4 Exportaciones de orégano Arequipa

	KILOS	FOB (USD)	Var. anual %
2014	102.295	491.246	
2015	120.711	530.760	8,04%
2016	111.813	560.829	5,67%
2017	34.859	368.092	-34,37%
2018	30.271	339.299	-7,82%
2019	168.547	732.123	115,78%

Nota: Azatrade (2019)

En el periodo del 2015 – 2019 el departamento de Arequipa reportó un total \$ 2.531.105,70 valor FOB US\$ siendo el 2019 un año productivo en las exportaciones de orégano con \$ 732.123 a pesar de que a nivel nacional no se obtuvieron buenos resultados como años pasados; ocupando una variación % de 115.78% en referencia del año 2018.

La consolidación del cultivo y ampliación de áreas agrícolas sembradas en el periodo 2017-2018 ha permitido mejorar la oferta durante el periodo 2018- 2019, además la principal ventaja competitiva apreciada por el mercado internacional es la producción orgánica, que nos diferencia de los departamentos que tienen mayores volúmenes de producción; en los últimos 10 años las diferentes ONG locales, en especial la ONG El Taller promocionó la producción de orégano orgánico.

De lo conversado con el Agrónomo encargado de campo Willy Vilca Yauri, están vendiendo a la empresa Suiza Herboristas Lendy, y posteriormente a destinos como Brasil y España.

Tabla N° 5 Exportaciones de orégano orgánico Arequipa

Empresa	Descripción Producto	País	Valor Fob.	Cant. Exportada	Cant. Comercial (Kg)	Precio FOB x Kg
Kuntu foods S.A.C.	Orégano orgánico en bolsas de papel x 10 kg. C/u	Suecia	20.902,66	1.950,00	1.950,00	10,72
Kuntu foods S.A.C.	Orégano orgánico en bolsas de papel x 10 kg. C/u	Suecia	90.253,00	7.780,00	7.780,00	11,60
Terraquipa S.A.C.	Orégano orgánico hojas secas código n°13 restitución de derechos arancelarios	Alemania	3.754,80	504,00	504,00	7,45
Agroquiskay S.A.C.	Hojas de orégano orgánico código n°13 restitución de derechos arancelarios	Alemania	27.999,00	4.000,00	4.000,00	7,00

Nota: Azatrade (2019)

En cuanto a las exportaciones de Arequipa de Orégano orgánico, especialmente se dieron a los países de Suecia y Alemania.

c) Precio percibido en el exterior

Tabla N° 6 Precio percibido en el exterior

Importadores	2015 Valor unitario \$/kg	2016 Valor unitario \$/kg	2017 Valor unitario \$/kg	2018 Valor unitario \$/kg	2019 Valor unitario \$/kg	Valor Exportad o en 2019	Cantidad exportad a 2019
Mundo	1,82	2,57	4,09	2,81	1,94	13215000	6814296
Brasil	1,49	2,46	4,06	2,33	1,48	5290000	3568060
España	2,25	2,71	4,36	3,66	2,76	2328000	842587
Chile	1,52	2,24	3,72	2,63	1,86	1251000	671977
Alemania	7,28	7,14	9,58	17	4,73	916000	193592
Argentina	2,14	2,75	4,66	3,49	2,07	910000	440500
Italia	2,85	2,99	4,05	3,57	3,2	612000	191362
Uruguay	1,49	2,1	3,92	2,93	1,93	607000	314000
Ecuador	1,66	2,1	2,61	2,26	1,84	520000	282361
Panamá	2,17	2,54	4,33	2,61	1,82	172000	94700
Suecia	5,79	6,38		9,2	11	156000	14730
Estados Unidos de América	3,89	3,82	4,04	5,14	3,28	107000	32619

Nota: Trade Map (2019)

En la tabla se puede observar el precio percibido en el exterior de acuerdo al valor unitario, dado entre el valor exportado (\$ FOB) y la cantidad exportada (kg) del año correspondiente; se puede observar que en el año 2019 a nivel de Europa Suecia es el que paga más (\$11/1kg) dado por el incremento en las exportaciones hacia dicho país. Este dato se puede obtener de la división entre el Valor exportado en 2019 (\$ FOB) y la cantidad exportada del mismo año (kg).

CAPÍTULO III: PRODUCCIÓN DE OREGANO EN EL DISTRITO DE CHIGUATA

3 Distrito de Chiguata

El distrito se ubica entre los 2859 y 3000 m.s.n.m., a 35 minutos de la ciudad de Arequipa; ecológicamente se encuentra entre la región Quechua y Suni los cual le brinda fortalezas climáticas para el desarrollo de actividades productivas con visión ecológica, las temperaturas fluctúan entre los 11 y 17 °C, con baja precipitación pluvial en todo el año. Presenta en su mayoría zona semiáridas, con relieves geográficos accidentados, los suelos de estas áreas y laderas son utilizados para la producción de cultivos tradicionales. Chiguata es reconocido por sus productos orgánicos aceptados en el mercado local con precios por encima del promedio.

Como pueblo y en especial como comunidad se han mantenido por más de 500 años, sin embargo por los problemas políticos de los gobiernos de turno no se le ha brindado el apoyo necesario para salir del subdesarrollo, su población es uno de los grupos con derechos vulnerados por la sociedad y en especial por el estado, convirtiéndose en una organización que resguarda los valores culturales ancestrales agrarios, religiosos y en especial de organización social para el trabajo.

Las familias asentadas en el distrito se dedican en un 87% a la agricultura, con predios productivos menores a 03 topos (01 Has Aprox.) condicionando a una producción de baja escala y de subsistencia; a esto se suma la poca disposición del agua que riegan cada 25 días. Sus principales productos son Maíz, Papas, Habas, Hortalizas y productos de panllevar, entre otros. Por otro lado está la costumbre ancestral en la crianza de animales menores, en especial los cuyes y aves domésticas (para carne y huevos) que ayudan a la seguridad alimentaria y generan escasos ingresos económicos; estas actividades están encaminadas sin visión empresarial.

Las entidades locales no han podido direccionar el desarrollo local, ni generar ingresos a través de nuevas fuentes de empleo para la población, debiendo

afrontar de manera propia y directa esta responsabilidad los pobladores quienes carecen capacidades técnicas que les ayude a salir del aletargamiento en el que se encuentran.

Tabla N° 7 Límites del distrito de Chiguata y sus Anexos

Norte: Distrito de San Juan de Tarucani

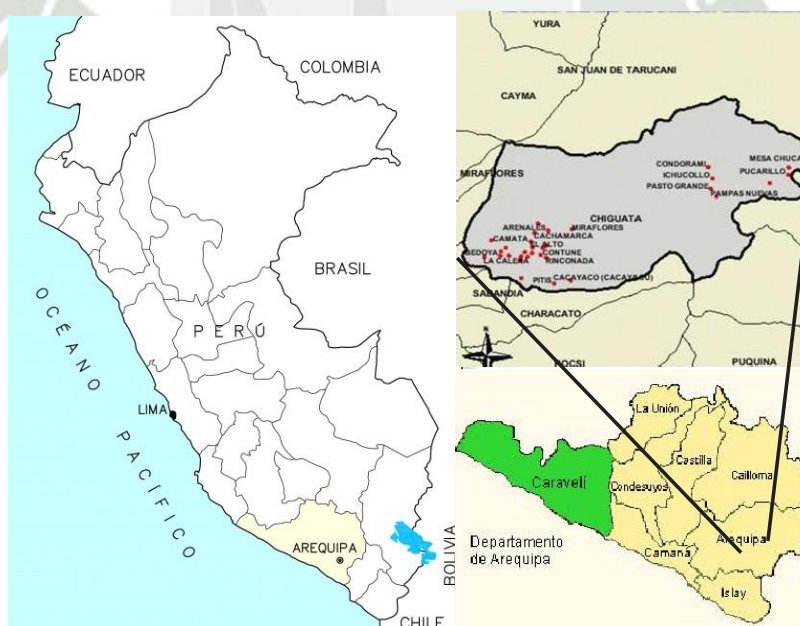
Sur: Sabandia y Characato

Oeste: Puquina

Anexos del distrito Chiguata Pueblo, Tilumpaya, Quillocona, Cacayaco, Miraflores, Espíritu Santo, Contune, Cerro Benavente, Arenales, Cachamarca, Cari, La Rinconada, El Alto

Nota : Plan Estratégico del Distrito de Chiguata 2016-2020

Gráfico N° 1 Ubicación del Distrito de Chiguata



Nota : Plan Estratégico del Distrito de Chiguata 2016-2020

Posee dos vías de acceso: la primera es por el distrito de Paucarpata – PPJJ Israel llegando a PPJJ Los Portales mediante carretera asfaltada de 25 Km. La cual se encuentra a treinta minutos de la ciudad de Arequipa.

La segunda también a través del distrito de Paucarpata PPJJ Miguel Grau y PPJJ San Bernardo mediante una carretera asfaltada de 04 Km., la cual se une en las pampas de Huajari con la carretera principal y de allí hasta el pueblo de Chiguata.

Internamente Chiguata cuenta con una serie de caminos de herradura y trochas que comunican a los anexos con la capital del distrito.

Tabla N° 8 Vías de acceso al distrito de Chiguata

Nombre	Categoría	Distancia a la capital Km.	Nombre	Categoría	Distancia a la capital Km.
Chiguata	Capital				
Tilumpaya		3	Agua Salada	Caseríos	6
Quillocona		4	Buena vista	Caseríos	1
Cacayaco		4	Cangallo	Caseríos	3
Miraflores		10	Santa María	Caseríos	2
Espíritu Santo		2	Pasto grande	Caseríos	15
Contune		3	14 de octubre	PPJJ	10
Cerro Benavente	Anexo	2.5	Virgen del Carmen	PPJJ	14
Arenales		11	Santo Domingo y San Bernardo	PPJJ	10
Cachamarca		12	Los Portales	PPJJ	15
Cari		15	Los Rosales	PPJJ	13
Collamarca		8	3 de Mayo	PPJJ	13
La Rinconada		3	Corazón de Jesús	PPJJ	12
El Alto		1	Los Olivos	PPJJ	11

Nota: Plan Estratégico del Distrito de Chiguata 2016-2020

3.1 Mapa Organizacional a nivel distrital

El mapa organización está conformado por:

a) Organizaciones de Agricultores

- Asociación de Productores Ecológicos Para la Agroexportación de Chiguata Arequipa- ASPEPACHA: Es una entidad jurídica registrada en la ciudad de Arequipa; está conformada por 46 agricultores/familias provenientes de diversos anexos: Chiguata Pueblo, Tilumpaya, Quillocona, Cacayaco, Miraflores, Espíritu Santo, Contune, Cerro Benavente, Arenales, Cachamarca, Cari, La Rinconada, El Alto; dedicados en su mayoría al cultivo de plantas aromáticas y hortalizas
- Asociación de Granjeros Santo Domingo San Bernardo: Es una organización que desarrolla y promueve la crianza de porcinos y animales menores de forma tecnificada.
- Junta de Regantes: Se menciona esta organización por trabajar directamente con el ministerio de agricultura y ser administradora directa de los recursos recaudados, tanto para mejoramiento de canales y potestad de controlar y redistribuir la forma y cantidad de riego. No tiene nexo directo con otras organizaciones del Distrito, realiza coordinaciones directas con los pobladores y usuarios los cuales son agrupados por la misma organización. Al año 2019 se tiene registrado 619 asociados.

b) Organización de apoyo

- Municipio: Es la institución más cercana a la sociedad civil y representante de la población, es gestora del desarrollo local y agente de descentralización y democracia, trabaja directamente en cada anexo con sus agentes

municipales, con lo que se trabajan propuestas integrales para el desarrollo del distrito.

- Cooperación Peruana Alemana de Seguridad Alimentaria - COPASA como Proyecto Especial del Gobierno Regional de Arequipa: Se encuentra apoyando a las familias a través de la instalación de cocinas mejoradas; la modalidad de trabajo es en contraparte.
- Policía Nacional: Esta institución se encarga de resguardar el orden, control y vigilancia del abigeato y latrocinio en el distrito. Además esta institución es la encargada de promover y fortalecer organizaciones en torno a la seguridad ciudadana.
- Salud: Esta organización funciona directamente a través del ministerio de salud y tiene asentado en el distrito una posta médica Categoría I (atención básica).
- Centros Educativos: Depende directamente de UGEL Sur en donde se determinan los presupuestos de manera autónoma, esta instancia depende de la Dirección Regional de Educación Arequipa.
- Organizaciones No Gubernamentales
 - a. ONG El Taller Asociación de Promoción y Desarrollo, con 34 años de experiencia, viene trabajando en Chiguata a través del área Desarrollo Rural implementando estrategias orientadas a mejorar la competitividad agraria a través de transferencia tecnológica, acompañamiento a los procesos de reconversión productiva y fortalecimiento de organizaciones. En los últimos años, se dedicó a la promoción e impulso de la producción de hortalizas y paulatinamente disminuyó el apoyo directo a producción de Orégano.

Tabla N° 9 Matriz de involucrados del sector agrícola rural

GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Productor Rural	Mejorar su economía familiar	- Escases de agua. - Escasa de área de terreno. - Incremento de plagas. - Bajo precio por productos - Conflictos interpersonales en las organizaciones. - Las instituciones del Estado condicionan la participación para acceder a fondo únicamente a organizaciones formalmente constituidas.	- Escasos recursos. - Débil organización productiva. - Mandato: participar en actividades y eventos que faciliten el acceso a recursos de cualquier fuente.
Organización de Productores	Mejoramiento progresivo de la calidad de vida de los miembros de la organización	- Baja participación de los asociados. - Escasos o nulos recursos económicos para desarrollar la gestión en forma efectiva. - Ausencia de cuota social. - La mayoría de los asociados son adultos mayores, escaso involucramiento de productores jóvenes. - Deficiente desarrollo de capacidades para el manejo del cultivo y post cosecha. - Bajo nivel de mecanización y equipamiento en los eslabones de producción y manejo post cosecha. - Baja calidad en la oferta del orégano. - Oferta dispersa. - Débil inserción en mercados competitivos.	- Canalizar recursos económicos a sus organizaciones bajo cualquier modalidad - Venta de productos en forma conjunta. - Conocimientos básicos del manejo del cultivo y la post cosecha de productos agrícolas, especial de pan llevar. - Mínimo cada asociado posee 03 topes de terreno.
Municipalidad de Chiguata	- Mejorar la productividad agrícola - Promover la asociatividad agrícola - Gestión municipal eficiente.	- Falta de representatividad organizacional. - Conflictos interno en las asociaciones.	- Uso de 10% del canon para actividades agropecuarias - Mandato: Aplicación del ley PROCOMPITE para facilitar el acceso

ONG El Taller	- Promover el desarrollo rural a través de la siembra de productos alternativos: Hierbas Aromaticas (HHAA y Hortalizas)	- Baja producción, productividad y calidad de la oferta de traves de la HHAA. - Debilidad en la gestión empresarial a lo largo de la cadena de valor agrícola - Escaso desarrollo tecnológico en los diferentes eslabones de la cadena de valor. - Inserción a mercados muy competitivos por precio y volumen	- Apoyar las acciones que mejoren las capacidades técnicas de productores de oregano para reconversión productiva en productos alternativos - Experiencia de más de 15 años en el desarrollo de proyectos especializados en el desarrollo de cadenas agro exportadoras de hierbas aromáticas. - Recurso humano y logístico especializado para la ejecución de proyectos relacionados al desarrollo de cadenas agro exportadoras de hierbas aromáticas
	Fortalecer sus relaciones comunitarias en ámbito de influencia directa, atenuando las posibles conflictos.	- Débil organización productiva - Baja productividad - Escasa articulación al mercado - Incremento del descontento social, en especial de productores de mayor edad	- Uso de recursos privados para superar algunos eslabones en la cadena productiva (abastecimiento, producción y acceso al mercado)
	- Elevar la producción y productividad agrícola pecuaria. - Fomentar desarrollar organizaciones de productores con la intención de participar en Ferias de negocios.	- Escasa oferta productiva consolidada. - Bajos productos de nivel medio alto que faciliten la comercialización	- Facilitar acceso a ferias agropecuarias (pasantías, pasajes y material logístico).

Nota: Municipalidad Distrital de Chiguata y ONG El Taller

3.2 Análisis FODA del sector agrario a nivel distrital

Tabla N° 10 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
- Condiciones agroclimáticas adecuadas para la producción. - Vocación de los productores de orégano en la actividad agrícola. - Presencia de Instituciones públicas y privadas promotoras del desarrollo agrario. - Existencia de proyectos agropecuarios. - Presencia de empresas que manejan cultivos de agro exportación. - Activa presencia de las ONG'S. - Conocimiento de agricultura orgánica y agroecológica. - Conservación de productos alimenticios utilizando condiciones climáticas naturales en zonas estratégicas.	- Políticas, planes y proyectos de apoyo al sector vigentes en el país. - Demanda en aumento de productos naturales (orgánicos y agroecológicos). - Existencia de microfinancieras que facilitan crédito para el sector agrícola. - Mercados internacionales para productos de exportación (hierbas aromáticas y nutraceuticas). - Preferencia por productos ecológicos. - Ofertas de tecnologías alternativas ecoeficientes de empresas externas. - Globalización de conocimientos para mejorar la agricultura. - Cooperación Técnica Internacional sigue priorizando sector.
DEBILIDADES	AMENAZAS
- Escasa mano de obra. - Poco personal calificado en el Sector Agrario. - Déficit de Recursos hídricos disponibles. - Infraestructura precaria en chacras. - Manejo sanitario deficiente. - Pocos técnicos destinados a la asistencia técnica del sector pecuario. - Pequeños productores con baja disponibilidad de terrenos o superficies. - Producción informal. - Tecnología deficiente en la producción pecuaria. - Deficiente planificación agraria. - Desarticulación de organizaciones de	- Inseguridad. - Cierre del mercado internacional por estricto control sanitario. - Avance de la agricultura mecanizada. - Mayor consumo de productos industrializados. - Acceso limitado al conocimiento y transferencia tecnológica e informática. - Invasión de Áreas para desarrollo Agrícolas por la presión poblacional. - Incremento de impactos ambientales por presencia de empresas mineras cercanas al distrito. - Inadecuado uso del agua (riego por gravedad). - Incremento de Ataque de plagas y

base de los agricultores.	enfermedades.
- Predominio del minifundio.	- Fenómenos climáticos adversos.
- Sistema de comercialización deficiente.	
- Limitada asistencia técnica.	
- Bajo nivel de tecnología.	
- Agricultura no diversificada y asociada.	
- Deficiente infraestructura menor de riego.	
- Bajos precios de venta del producto.	
- Altos costos de producción.	
- Dificultad para acceder al crédito agropecuario forestal (garantía – rentabilidad).	
- Sistema de información agraria inadecuado.	

3.3 Matriz Pest del sector agrícola a nivel distrital

Tabla N° 11 PEST del sector agrícola

POLÍTICO	ECONÓMICO
- Escasa política prioritaria del estado para el desarrollo agrícola. - Débiles mecanismos de promoción de la inversión pública y privada en apoyo del sector agrícola. - Regulación inadecuada de importación de productos agropecuaria. - Manipulación de organizaciones de productores con fines políticos.	- Persistencia de inseguridad económica en las familias de productores de orégano asentados en el distrito de Chiguata. - Política crediticia inadecuada. - Globalización de la economía. - Migración del campo a la ciudad. - Perdida de Áreas agrícolas por la escasa provisión de agua para el cultivo.
SOCIAL	TECNOLÓGICO
- Perdida de lazos asociativos y valores sociales.	- Desnivel tecnológico con los competidores. - Predominancia en el uso de tecnologías ancestrales y de baja productividad.

3.4 El Orégano

3.4.1 Atributos del Producto

El orégano es “una planta herbácea perenne con tallos erguidos, recubierto de pelos se caracteriza por tener hojas ovaladas y redondeadas, de color verde intenso y a menudo de color amarillo mestizo mayormente sembrada en la costa” (DRAT, 2016, p. 07) es una especie adaptada a climas fríos, lo cual le ayuda a generar los aceites esenciales apreciados por el consumir y que le otorgan la característica organolépticas.

3.4.2 Clasificación taxonómica

El orégano es una especie introducida desde la región mediterránea de Europa (Klauer García, 2019, pág. 9).

Tabla N° 12 Clasificación Taxonómica

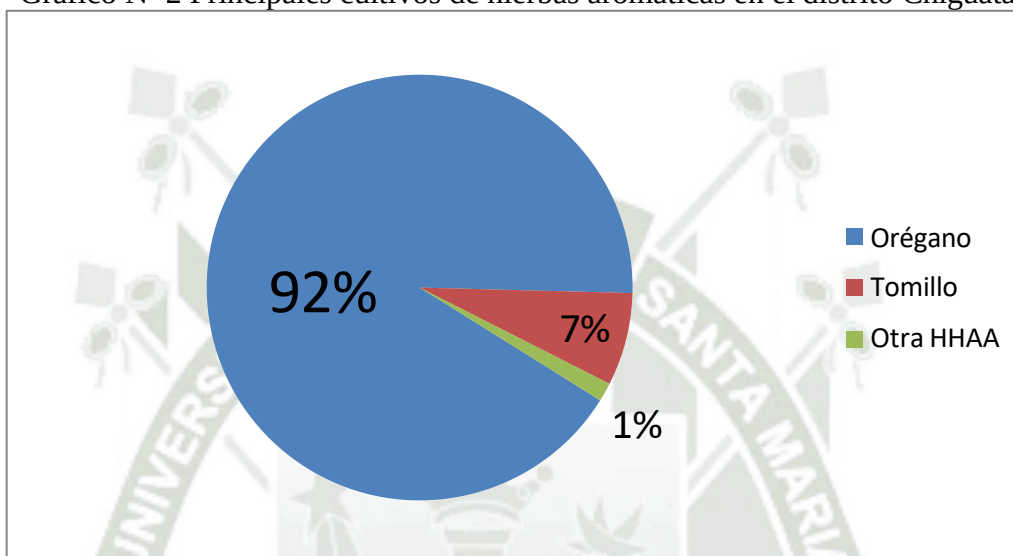
REINO	VEGETAL
División	Fanerógamas
Sub-División	Angiospermas
Clase	Dicotiledóneas
Sub-Clase	Metaclamídeas O Simpétalas
Orden	Tubifloras
Sub-Orden	Verbenáceas
Familia	Labiadas
Tribu	Estaquioideas
Género	Origanum
Especie	Vulgare
Nombre Científico	Origanum Vulgare
Nombre Común	Orégano

Nota: Klauer (2019)

3.4.3 Producción de Hierbas Aromáticas en el distrito de Chiguata

- a) Principales Cultivos de Hierbas Aromáticas (HHAA): Los principales cultivos de hierbas aromáticas por área de siembra son: Orégano (92%), Tomillo (7%) y otras HHAA (1%)

Gráfico N° 2 Principales cultivos de hierbas aromáticas en el distrito Chiguata



Nota: ONG El Taller 2019

Tabla N° 13 Principales cultivos de hierbas aromáticas a nivel distrital

CULTIVO	UBICACIÓN SEGÚN ANEXO Y CASERÍO							
	Miraflores	Arenales, Cachamarca	Cari	Santa María, Quillocona	Chiguata pueblo	Tilumpaya, Agua Salada, Cangallo	Contune y Collamarca	Espíritu Santo
	(Ha)	(Ha)	(Ha)	(Ha)	(Ha)	(Ha)	(Ha)	(Ha)
Orégano	32.52	6.64	3.03	3.68	1.34	0.68	0.17	0
Tomillo	0.29	0.34	1.43	0.34	0.28	1.01	0	0.02
Salvia	0.15	0	0.02	0.04	0.06	0	0	0.02
Romero	0.012	0	0.07	0.02	0.06	0	0.08	0.03
Estragón	0.01	0	0.04	0	0	0	0	0
Mejorana	0	0	0.08	0	0	0	0	0
Caléndula	0.02	0	0	0	0.01	0	0	0
Cedrón	0	0	0	0	0.02	0	0	0
Cultivos HHAA	33.0	7.0	4.7	4.1	1.8	1.7	0.3	0.1
%	62.8	13.3	8.9	7.8	3.4	3.2	0.5	0.1

Nota: ONG El Taller 2019

La siembra de hierbas aromáticas se ha instalado en 10 anexos y la capital del distrito en un área total de 52.50 Ha que son destinadas a la producción de ocho variedades entre las que tenemos: Orégano, Tomillo, Salvia, Romero, Estragón, Mejorana, Caléndula y Cedrón.

Las áreas sembradas por anexo se distribuyen de la siguiente manera: Miraflores (62.8%), Arenales y Cachamarca (13.3%), Cari (8.9%), Santa María y Quillocona (7.8%), Chiguata pueblo (3.4%), Tilumpaya, Caserio Agua Salada, Caserio Cangallo (3.2%), Contune y Collamarca (0.5%), Espíritu Santo (0.1%).

- b) Rendimientos por Cultivo: Los mayores rendimientos por hectárea/año están expresados en los cultivos de Mejorana (4,050 Kg. /Año), Orégano (3,600 Kg. /Año), Salvia (3,600 Kg. /Año), Estragón (3,600 Kg. /Año), Tomillo (3,150 Kg. /Año).

Tabla N° 14 Rendimiento según principales cultivos de hierbas aromáticas 2019

Descripción	RENDIMIENTO POR CULTIVO						
	Orégano	Tomillo	Mejorana	Salvia	Romero	Estragón	Caléndula
Rendimiento / topo / corte	400	350	450	400	400	400	150
Rendimiento / ha / corte	1200	1050	1350	1200	1200	1200	450
Nº cortes / año	3	3	3	3	3	3	4
Rendimiento/ ha / año	3600	3150	4050	3600	3600	3600	1800

Nota: ONG El Taller (2019)

- c) Mercado del Orégano procedente de Chiguata: De las ocho empresas comercializadoras a nivel departamental, la empresa Suiza Herboristas Lendy (dueña de Bioquipa SAC), tiene presencia a nivel distrital, es el principal comprador de orégano orgánico, el cual tiene contratos con las asociaciones productoras de orégano orgánico a precio refugio, el cual comprado en estado seco y en sacos de 40 kg.

Las empresas que comercializan hierbas aromáticas entre las principales tenemos: Bioquipa S.A.C., Andean Resources, Julio Navarro, Carabelli, Agro Industrias Ande Vida, Wawasana, Country Home S.A., Intioa Flower Export

Import S.A.C., Green Vegetables y Flowers S.A.C., Country Home S.A., The Green Framer S.A.C.

Tabla N° 15 Precio promedio por producto 2019 y 2020

Detalle del producto	Unid. Medida	Precio 2019	Precio 2020
Hisopo	1 Kg.	6.00	6.00
Mejorana	1 Kg.	4.60	5.00
Tomillo	1 Kg.	8.30	8.00
Orégano	1 Kg.	6.00	6.00
Orégano convencional*	1 Kg.	5.20	5.00
Romero Área	1 Kg.	5.80	5.50
Salvia	1 Kg.	12.00	12.00
Empresa Herboristas Lendy 2019, 2020			
* Precio pagado por mayorista Hermanos Burgos			

Nota : Herboristas Lendy 2020

d) Características de la demanda: Los parámetros de calidad del orégano orgánico deshidratado, requerido por empresas Suiza Herboristas Lendy:

- Productos: Orégano
- Presentación: Hoja deshidratada
- Color: Verde homogéneo.
- Aroma: Característico de la variedad y producto.
- Humedad: Menor a 12 %.
- Impurezas totales: Menor a 5 %.
- Tamaño de hojas: hoja entera o fraccionada, según mm.
- Aerobios Totales: Menor a 100000 CFU /gr.
- E. Coli: Menor a 3 NMP /gr.
- Salmonella: Negativo en 25 gr.
- Hongos y levaduras: Menor a 100.000 CFU / gr.

e) Problemas y limitaciones en la producción de orégano: a continuación se desarrolla el análisis FODA de las organizaciones de productores instalados en el distrito de Chiguata, respecto a la producción de orégano.

Tabla N° 16 Análisis FODA de las Organizaciones de productores en Chiguata

FORTALEZA		OPORTUNIDAD	
1.	Experiencia y conocimiento en manejo agroecológico del orégano.	1.	Barrera de certificación ecológica para el ingreso de nuevos competidores.
2.	Servicio de gestión de la certificación ecológica.	2.	Demanda no abastecido de orégano orgánico con un precio de 20% al precio de mercado.
3.	Condiciones favorables para el cultivo del orégano.	3.	Acceso a créditos financieros con tasas módicas de interés para inversiones en producción orgánica (FONDESURCO y Caja Nuestra Gente).
4.	Contrato vigente y renovable de compra – venta de HHAA (orégano) con cliente internacional (Herboristi Lendy) y renovable.		
5.	Productores organizados		
DEBILIDADES		AMENAZAS	
1.	Escasos insumos para la agricultura ecológica del orégano como esquejes, guano de isla.	1.	Un solo comprador
2.	Deficientes métodos de trabajo productivo, cosecha y manejo post cosecha primario del orégano.	2.	Alto costo, baja productividad y escasez de la mano de obra rural.
3.	Insuficiente volumen de producción y abastecimiento irregular al mercado.	3.	Cambios climáticos bruscos (malogren cultivos).

Las principales limitaciones en la producción de orégano están referidas a:

- a) Limitación para acceder a mano de obra (jornales) en las diferentes etapas de producción, en especial para la elaboración de insumos y labores agrícolas:
 - Informalidad en sus compromisos.
 - Alta mano de obra no calificada.
 - Poca disposición de agruparse generar alianza con otras asociación para la formación de cuadrillas especializadas de siembra y cosecha.
- b) Asistencia técnica especializada y oportuna:
 - Persistencia de bajos sueldos que pueden otorgarse a los técnicos o profesionales que acceden a trabajar con las organizaciones.
 - Escasa cantidad de equipos e insumos para mejorar el proceso de asistencia técnica a todos los asociados.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE ENCUESTAS

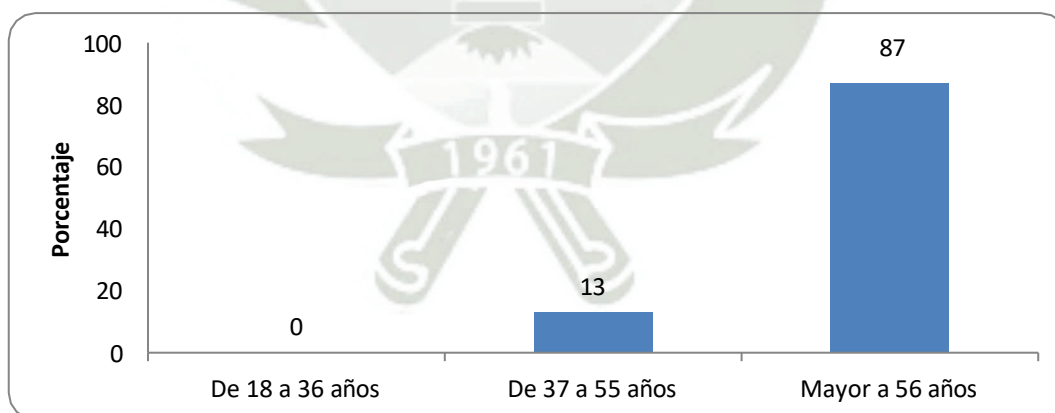
En el estudio se encuestó a 46 productores de orégano, no se utilizó muestreo estadístico; se pudo acceder al universo en estudio en los días de acopio (venta de orégano al comprador final) y posterior visita a los domicilios correspondientes, el tiempo de recojo de información se realizó entre los meses de setiembre 2019 a marzo del 2020. En las tablas y gráficas siguientes se narran los hallazgos del recojo de información en campo y el análisis de fuentes secundarias.

4.1 Características Generales de Productores de Orégano a Nivel distrital

Tabla N° 17 Distribución de productores de orégano según Grandes Grupos de Edad

Edad	N°	%
De 18 a 36 años	0	0
De 37 a 55 años	6	13
Mayor a 56 años	40	87
Total	46	100
MEDIA: 47.1 años		

Gráfico N° 3 Distribución productores de orégano según Grandes Grupos de Edad



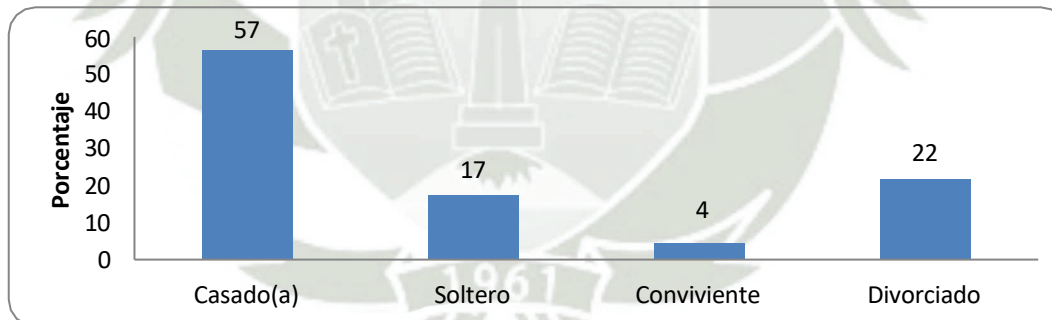
Según el Censo Productivo 2012 realizado por el INEI, en el Distrito de Chiguta existen 669 productores, de los cuales un 10% se dedican a la producción de hierbas aromáticas y hortalizas, y 46 se dedican a la producción de orégano en forma asociativa.

La edad promedio de los productores de orégano es de 63.5 años; el grupo con edad entre 37 y 55 años, correspondiente a la población adulto mayor la cual posee predominancia sobre los demás grupos (87%), seguido por la población adulta (13%). En la mayoría de los distritos rurales existe mayor proporción de personas adultas y adulto mayor lo cual condiciona sus prácticas productivas y limita la implementación de nuevas tecnologías, son personas que aprendieron su labor familiar de sus predecesores y poseen experiencia acumulada.

Tabla N° 18 Distribución productores de orégano según Estado Civil

Estado Civil	N°	%
Casado(a)	26	57
Soltero	8	17
Conviviente	2	4
Divorciado	10	22
Total	46	100

Gráfico N° 4 Distribución productores de orégano según Estado Civil

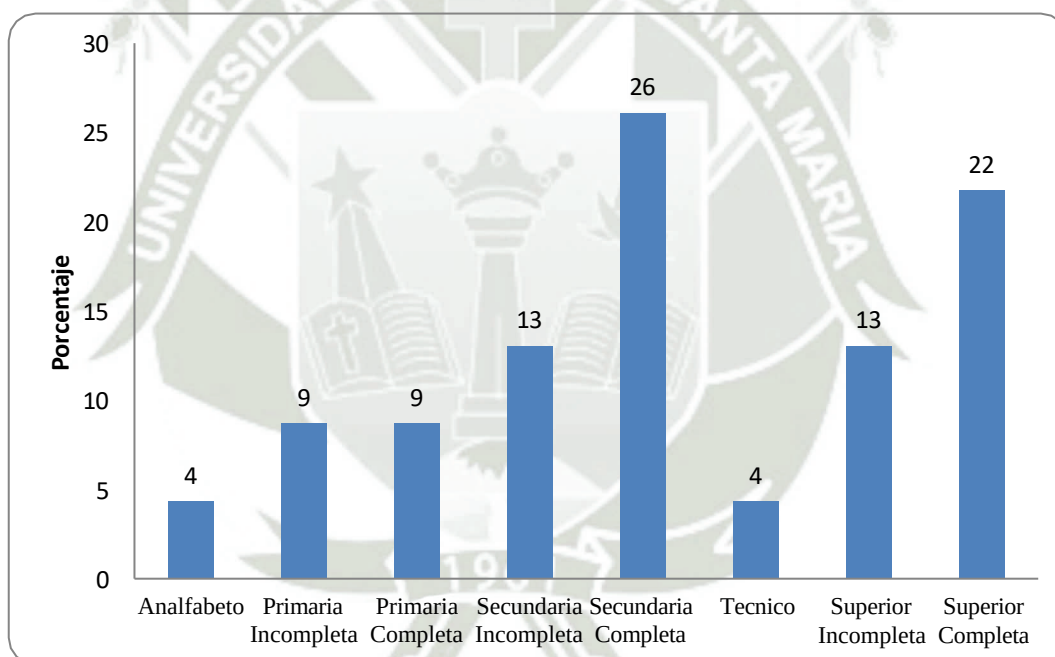


Seis de cada diez productores de orégano dedicados a la producción de orégano están casados, lo cual representa relaciones familiares nucleares con algún nivel de estabilidad, sin embargo un 22% se encuentra en condición de divorciado y 17% son solteros.

Tabla N° 19 Distribución de productores de orégano según Nivel de Instrucción

Instrucción	N°	%
Analfabeto	2	4
Primaria Incompleta	4	9
Primaria Completa	4	9
Secundaria Incompleta	6	13
Secundaria Completa	12	26
Técnico	2	4
Superior Incompleta	6	13
Superior Completa	10	22
Total	46	100

Gráfico N° 5 Distribución de productores de orégano según Nivel de Instrucción

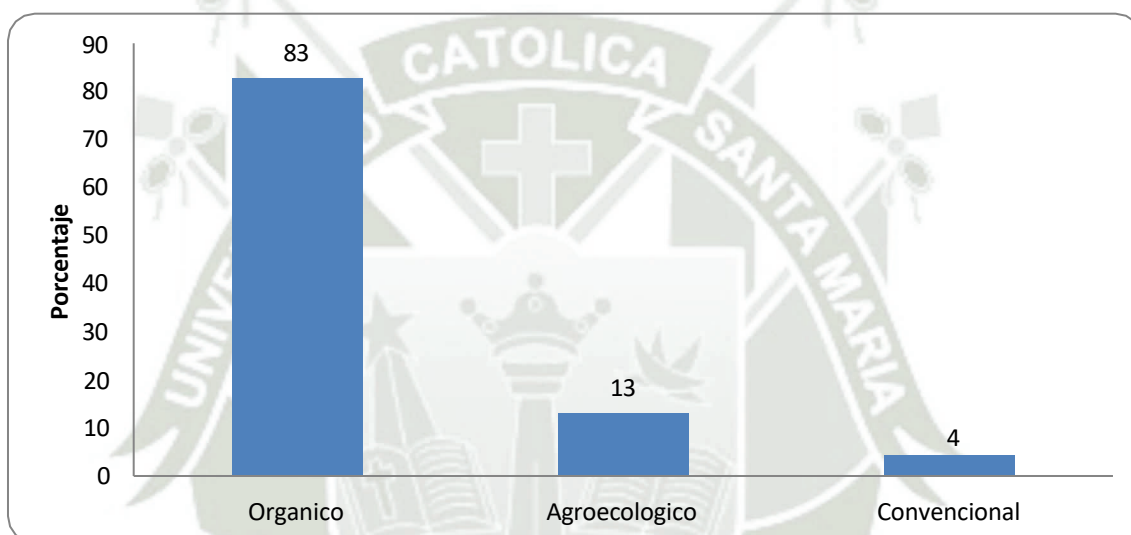


La mayor parte de los productores de orégano en el distrito de Chiguata son productores instruidos, tienen educación secundaria completa e instrucción superior (65%); un tercio de los productores no culminó sus estudios satisfactoriamente.

Tabla N° 20 Distribución productores de orégano según Enfoque de Producción

Enfoque de Producción	N°	%
Orgánico	38	83
Agroecológico	6	13
Convencional	2	4
Total	46	100

Gráfico N° 6 Distribución productores de orégano según Enfoque de Producción



La mayoría de los productores de orégano del distrito de Chiguata producen en forma orgánica (83%) y agroecológica (13%) consecuencia directa de la promoción e impulso de instituciones privadas como la ONG El Taller y el Ministerio de Agricultura; este tipo de producción, si bien demora más tiempo en salir al mercado, el precio es mucho mejor en países desarrollados como Canadá, EEUU y países Europeos, lo cual representa una alternativa de mejora en la economía familiar campesina, su evolución fue lenta conociendo que cooperación internacional a través de la ONG el Taller estuvo invirtiendo en la producción orgánica desde hace más de 20 años.

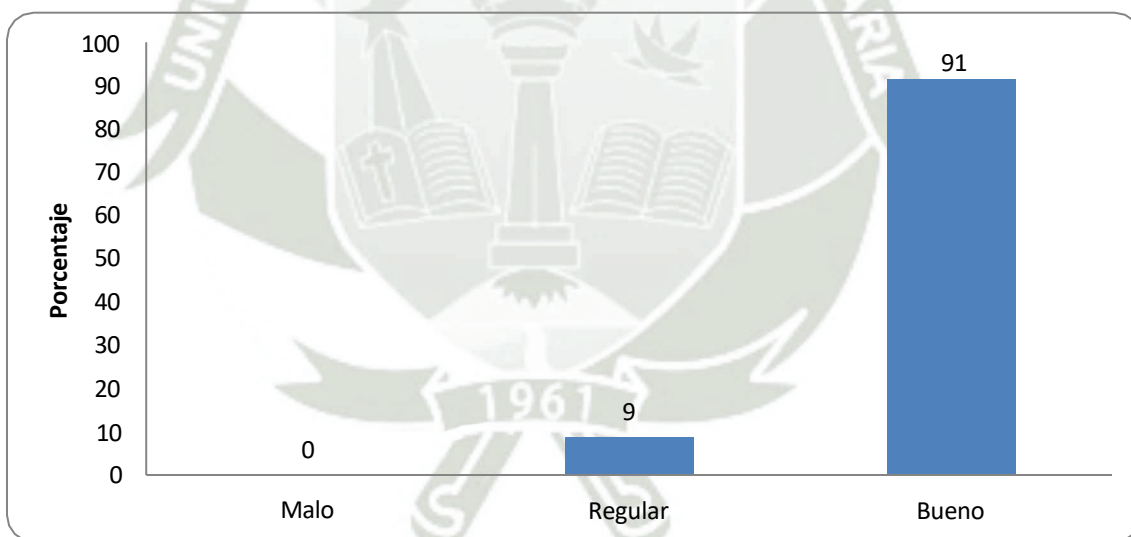
4.2 Factores Asociativos de las organizaciones de productores en el distrito de Chiguata

Dimensión: Conocimiento de la Asociatividad

Tabla N° 21 Distribución productores de orégano según Nivel de Conocimiento sobre Asociatividad

Nivel de Conocimiento	N°	%
Malo	0	0
Regular	4	9
Bueno	42	91
Total	46	100

Gráfico N° 7 Distribución productores de orégano según Nivel de Conocimiento sobre Asociatividad

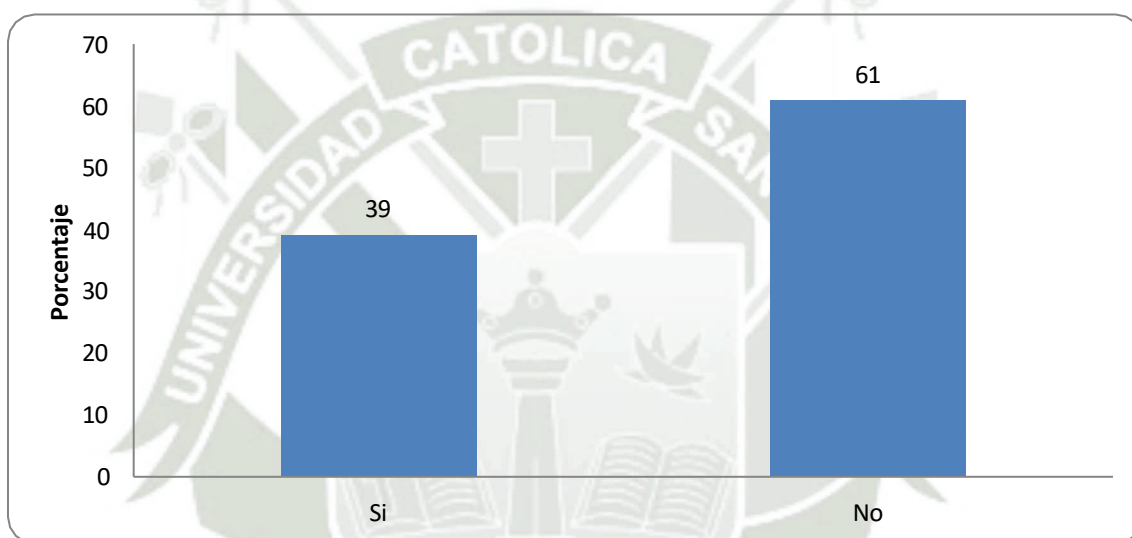


La mayoría de los productores de orégano del distrito de Chiguata conciben adecuadamente el concepto y estrategia asociativa, el 9% posee regular conocimiento del concepto, la mayoría de productores conceptualizan la asociatividad como la reunión de personas para tomar acuerdos, para pedir apoyo u obtener beneficios económicos, cuando el concepto es más amplio.

Tabla N° 22 Distribución de productores de orégano según su conocimiento sobre Incentivos para la Asociatividad Productiva

Conoce algún incentivo para la asociatividad	N°	%
Si	18	39
No	28	61
Total	46	100

Gráfico N° 8 Distribución de productores de orégano según su conocimiento sobre Incentivos para la Asociatividad Productiva

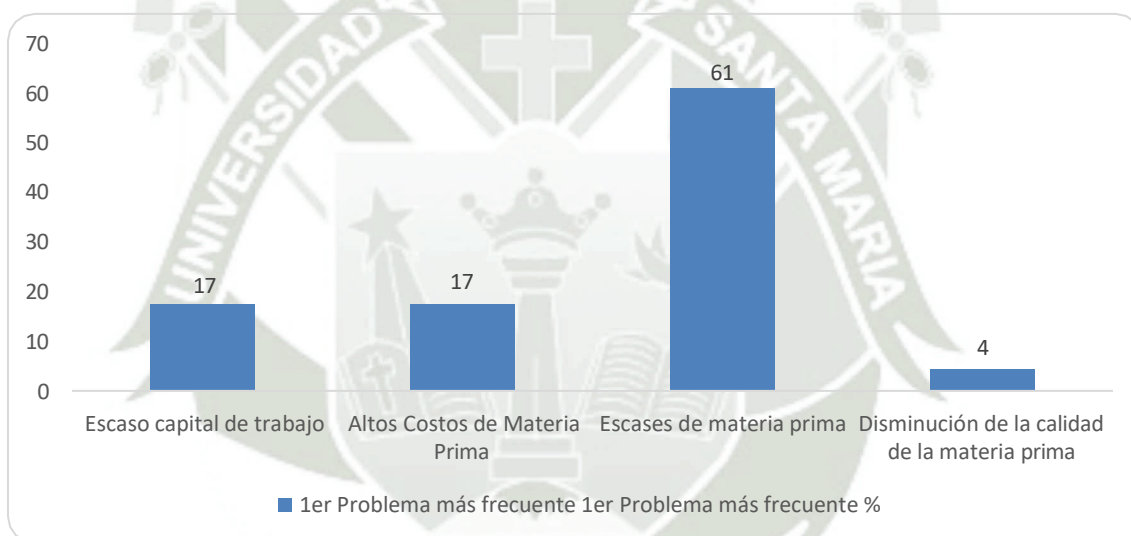


Si bien se poseen adecuados conocimientos sobre el concepto de asociatividad, la mayoría de productores (61%) no conocen la existencia de incentivos que brinda el Estado para la promoción del mismo, entre las instituciones con mayor frecuencia mencionadas se encuentra el Programa Estatal AGROIDEAS que por más de 10 años ha facilitado recursos no reembolsables a través de planes de negocios concursales enfocado específicamente a organizaciones de productores y el incentivo PROCOMPITE que faculta a las municipalidades a invertir hasta un 10% del canon en actividades productivas, este incentivo fue utilizado a fines del 2013 para beneficiar a organizaciones de productores de leche, orégano y cultivos agrícolas aprobando en sesión de consejo el presupuesto de 1,4 millones de nuevos soles de los cuales solamente poco más de 900 mil nuevos soles fueron adjudicado a las organizaciones de productores participantes.

Tabla N° 23 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Abastecimiento de Insumos

Problemas en la Etapa de Abastecimiento	Total	
	N°	%
Escaso capital de trabajo	8	17
Altos Costos de Materia Prima	8	17
Escases de materia prima	28	61
Disminución de la calidad de la materia prima	2	4
Total	46	100

Gráfico N° 9 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Abastecimiento de Insumos



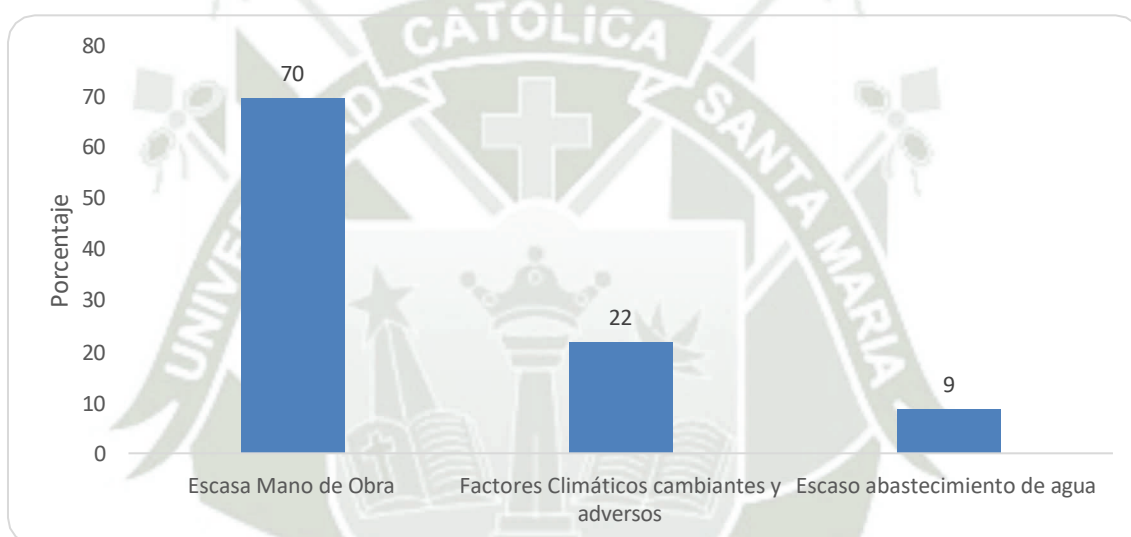
Los principales problemas y más frecuentes de los productores de orégano en la etapa de Abastecimiento son: escasez de materia prima (61%), altos costos de la materia prima (17%) y el escaso capital de trabajo (17%).

Si bien, el MINAG posee oferta para dotar de materia prima en específico esquejes para enraizamiento y guano de isla que mantenga la producción orgánica, ésta, es insuficiente para cubrir la demanda de las áreas sembradas, la poca cantidad de ganado, áreas geográficas poco accesibles y buena calidad del agua disminuyen la producción, teniendo un mercado cada vez más exigente.

Tabla N° 24 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Producción

Problemas en la Etapa de Abastecimiento	Total	
	N°	%
Escasa Mano de Obra	32	70
Factores Climáticos cambiantes y adversos	10	22
Escaso abastecimiento de agua	4	9
Total	46	100

Gráfico N° 10 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Producción



Los principales problemas y más frecuentes de los productores de orégano en la etapa de producción son: escasa mano de obra (70%) y factores climáticos adversos (22%).

La población más joven se ha desplazado a las grandes ciudades con la intención de mejorar su calidad de vida y búsqueda de nuevas oportunidades, dejando a la población de adultos y adultos mayores sin el soporte para las diferentes actividades demandadas por el cultivo en la diferentes etapas de desarrollo de tal; la poca mano de obra encarece el producto al subir el precio por jornal, se necesitan aproximadamente 15 personas por Ha en 1 día y las molestias y gastos ocasionados por terminar el trabajo en más días como pasajes, jornal, hidratación (chicha), etc.

Tabla N° 25 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Comercialización

Problemas en la Etapa de Abastecimiento	Total	
	N°	%
Escasa Articulación con el mercado	2	4
Bajo precio de los productos	38	83
Ausencia de Sistema de comercialización	6	13
Total	46	100

Gráfico N° 11 Problemas más frecuentes del productor de orégano en la Etapa de Comercialización



Los principales problemas y más frecuentes de los productores de orégano en la etapa de comercialización son: el bajo precio de los productos (83%) y la ausencia del sistema de comercialización (13%).

Los precios de refugio se logran al contactar y firmar contrato con empresas exportadoras, en la zona se ha identificado a la empresa de exportador Suizo (Peter Lendy) el cual hace más de 15 años continúa comprando producción orgánica y agroecológica, a pesar de ello, los vaivenes del mercado aún mantienen precio bajo a la expectativa del productor de orégano.

Tabla N° 26 Problemas más frecuentes del productor de orégano en el Acceso a Crédito

Problemas en la Etapa de Abastecimiento	Total	
	N°	%
Altos Costos en los créditos	38	83
No es sujeto a crédito	2	4
No requiere crédito	6	13
Total	46	100

Gráfico N° 12 Problemas más frecuentes del productor de orégano en el Acceso a Crédito



El principal problema en el acceso a créditos que perciben los productores de orégano son los altos costos de créditos (83%).

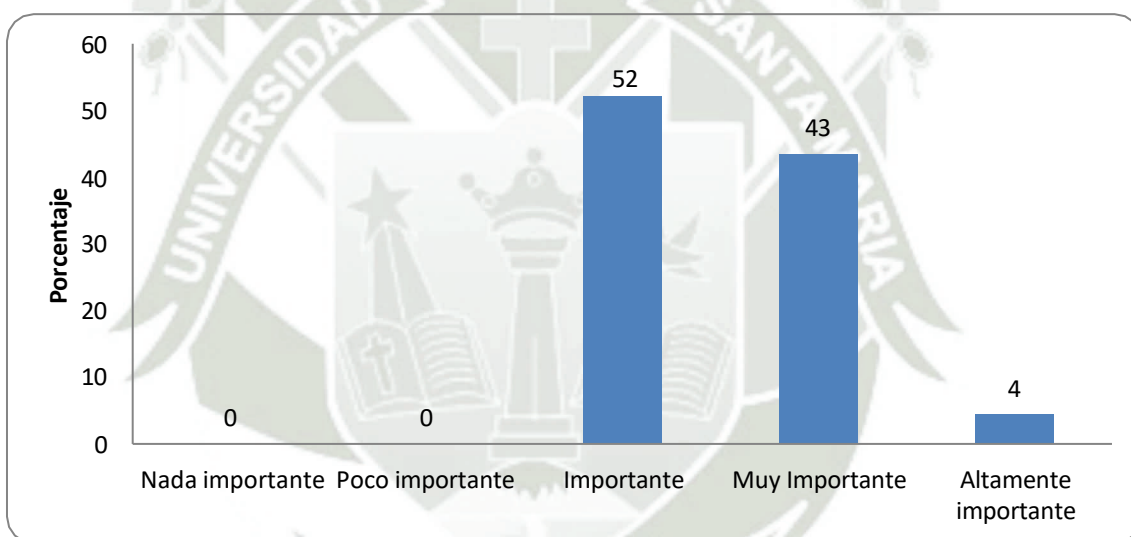
Existe un alto riesgo de invertir en la producción agrícola y ante la escasa rentabilidad percibida por los diferentes analistas y financieras suponen el incremento de las tasas de interés financiero.

Dimensión: Actitud frente a la Asociatividad

Tabla N° 27 Importancia de la Asociatividad para el productor de orégano

Importancia de la Asociatividad	N°	%
Nada importante	0	0
Poco importante	0	0
Importante	24	52
Muy Importante	20	43
Altamente importante	2	4
Total	46	100

Gráfico N° 13 Importancia de la Asociatividad para el productor de orégano



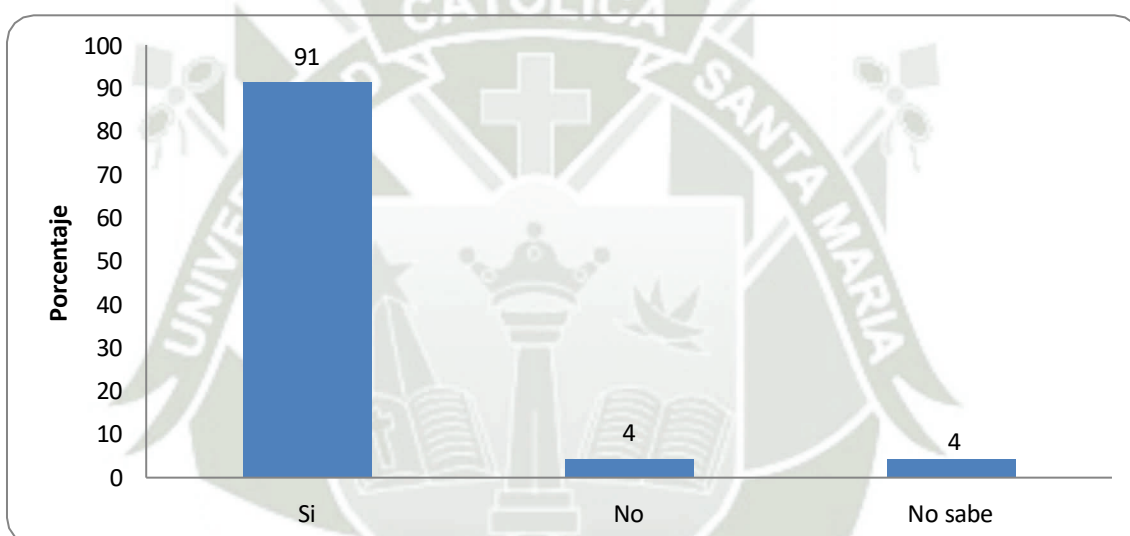
El 43% de productores de orégano del distrito de Chiguata consideran muy importante y el 4% altamente importante la asociatividad productiva.

Los productores con enfoque de producción orgánica están asociados y han comprendido los beneficios para poder llegar al mercado.

Tabla N° 28 Percepción sobre la Solución de los problemas más frecuentes del productor rural a través de la Asociatividad

Solución a problemas más frecuentes	N°	%
Si	42	91
No	2	4
No sabe	2	4
Total	46	100

Gráfico N° 14 Percepción sobre la Solución de los problemas más frecuentes del productor rural a través de la Asociatividad



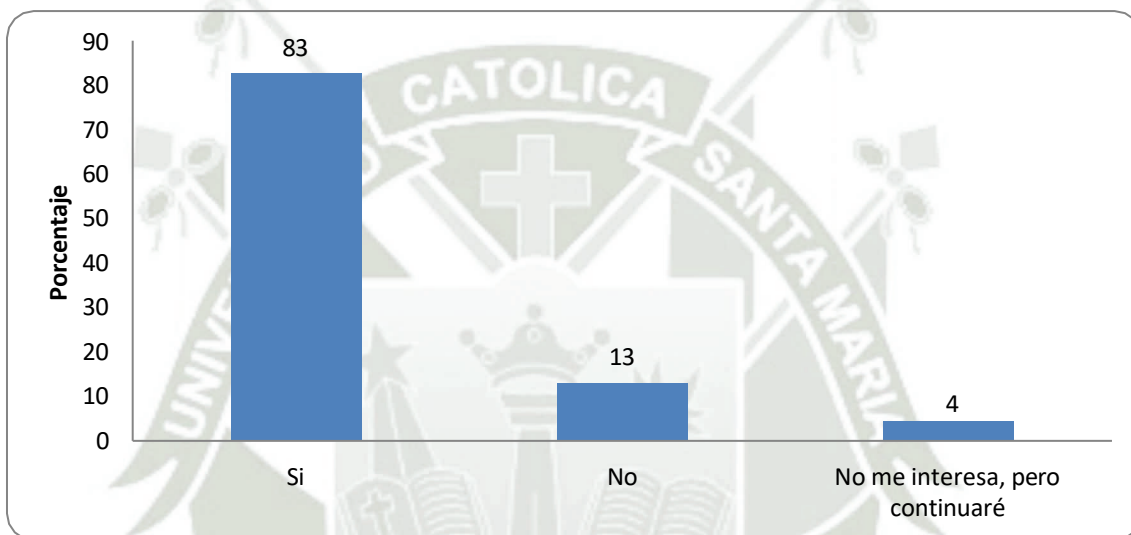
En el gráfico anterior se expresó que la mayoría de los productores consideraba importante y altamente importante la asociatividad, esta pregunta esta refrendada por las apreciaciones sobre, sí, la asociatividad puede solucionar sus problemas más frecuentes, donde nueve de cada diez respondieron en forma positiva.

Se observa un alto conocimiento de la forma como se aplica la asociatividad para la solución de problemas concretos.

Tabla N° 29 Interés del productor por continuar en la organización productiva

Interés por continuar en la organización productiva	N°	%
Si	38	83
No	6	13
No me interesa, pero continuaré	2	4
Total	46	100

Gráfico N° 15 Interés del productor por continuar en la organización productiva



Existe interés mayor de parte del productor rural continuar en la organización productiva (83%) en comparación con aquellos productores que no expresan interés.

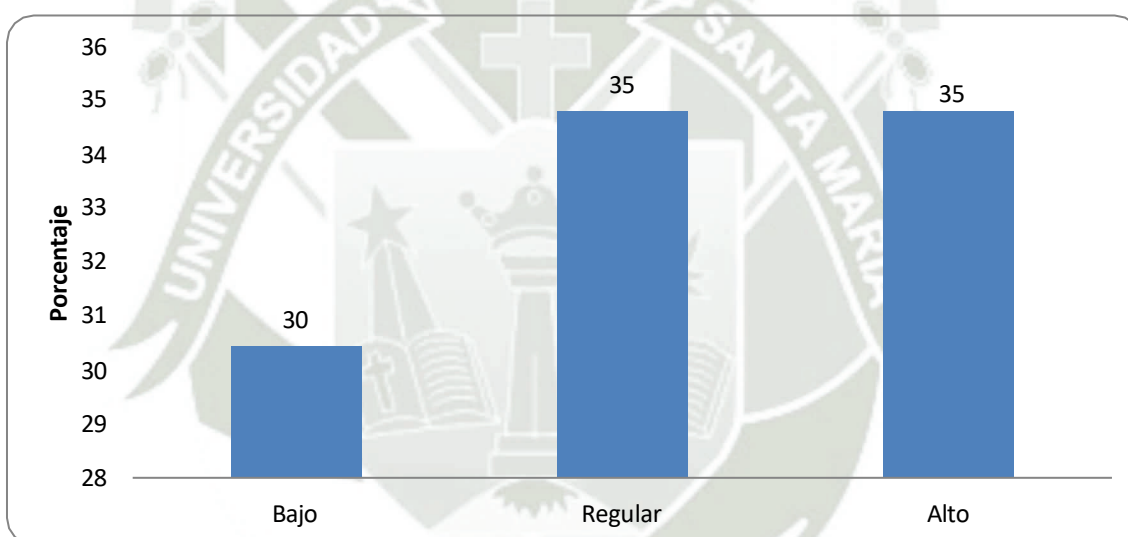
La mayoría se mantendrá en un trabajo asociativo y el 13% (6 productores) indican la búsqueda de otras oportunidades, sin embargo mientras ello no suceda, se mantendrán en un trabajo colaborativo.

Dimensión: Practicas Asociativas

Tabla N° 30 Distribución productores de orégano según nivel de participación en la organización productivas

Nivel de Participación	N°	%
Bajo	14	30
Regular	16	35
Alto	16	35
Total	46	100

Gráfico N° 16 Distribución productores de orégano según nivel de participación en la organización productiva

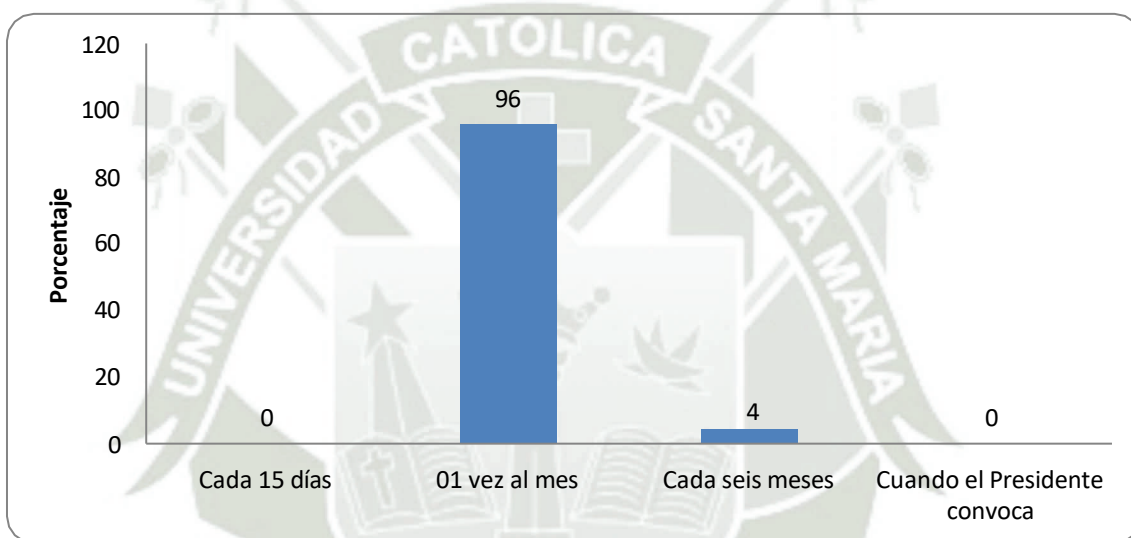


El nivel de participación de los productores asociados es de Regular (35%) a Bajo 30%; la asociación ASPEPACHA se encuentra en funcionamiento, es promovida y asesorada por la ONG El Taller, su relación se generó hace más de 10 años por medio de los proyectos productivos impulsados por la cooperación internacional, estas organizaciones les han brindando asistencia técnica y están constantemente supervisando sus actividades. Chiguata es una de los pocos distritos de Arequipa con apoyo de instituciones privadas, esto está influenciando en la participación del productor, al fijar incentivos y sanciones ante el incumplimiento.

Tabla N° 31 Frecuencia de reunión de productores de orégano

Frecuencia de reunión	N°	%
Cada 15 días	0	0
01 vez al mes	44	96
Cada seis meses	2	4
Cuando el Presidente convoca	0	0
Total	46	100

Gráfico N° 17 Frecuencia de reunión de productores de orégano

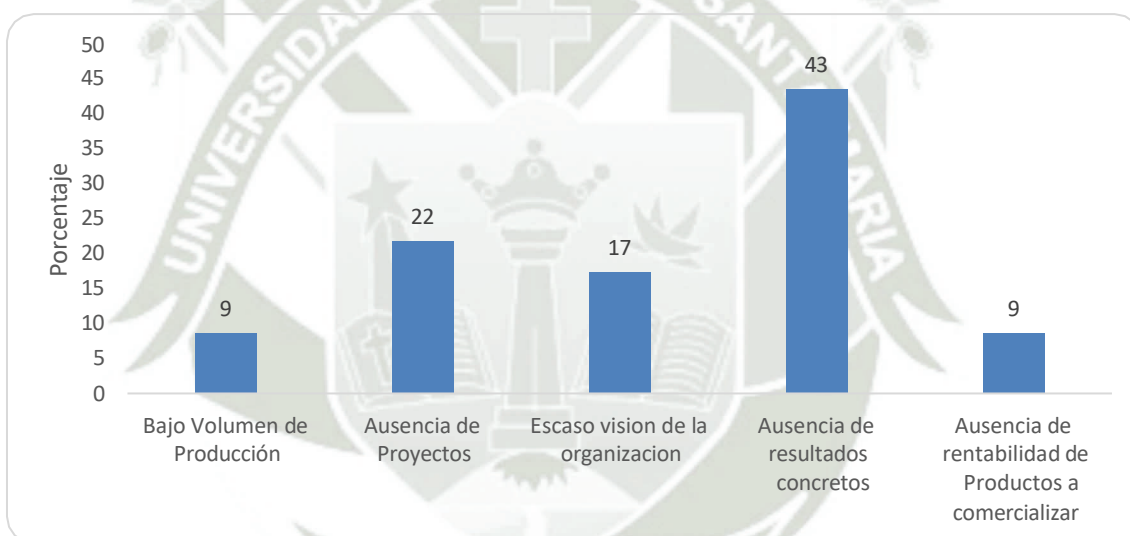


La mayoría de los productores se reúnen al menos una vez por mes (96%) y existen un 4% que se reúnen cada seis meses, limitado por las distancias y enfocado al proceso de comercialización de los productos. Un principio básico de la asociatividad es la participación constante y sostenida.

Tabla N° 32 Limitantes para el ingreso de más asociados

Limitante de Participación	Total	
	N°	%
Bajo Volumen de Producción	4	9
Ausencia de Proyectos	10	22
Escasa visión de la organización	8	17
Ausencia de resultados concretos	20	43
Ausencia de rentabilidad de Productos a comercializar	4	9
Total	46	100

Gráfico N° 18 Limitantes para el ingreso de más asociados en las organizaciones de productores



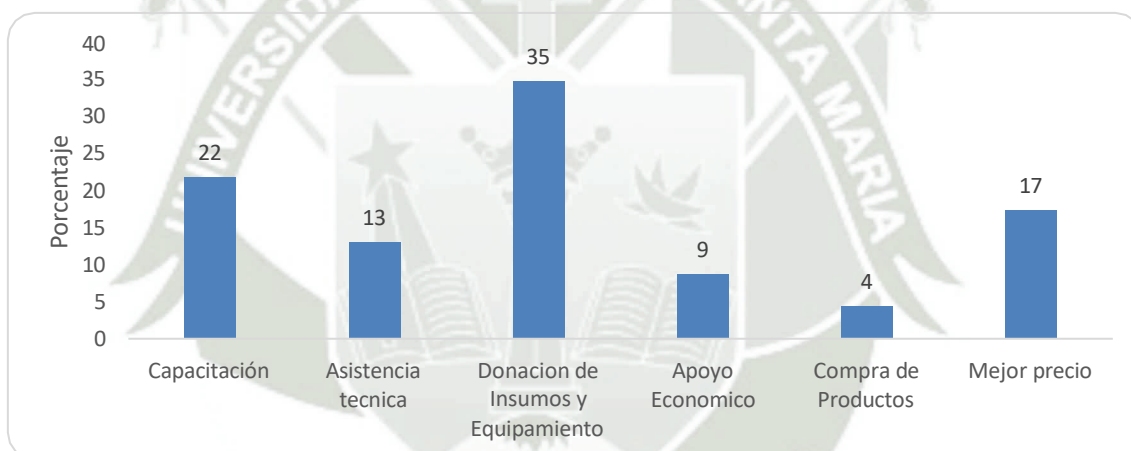
La percepción de los productores respecto a las limitantes para el ingreso de nuevos asociado esta centrada en: ausencia resultados concretos (43%), ausencia de proyectos (22%), la escasa visión de desarrollo de la organización (17%).

Los resultados concretos se visibilizan en el proceso de comercialización, volúmenes de venta y el precio, si estos factores fallan, difícilmente la organización podrá mejorar sus objetivos en el mediano y largo plazo.

Tabla N° 33 Beneficios percibidos por el productor rural si se asociara en alguna organización productiva

Beneficios de la Participación	Total	
	N°	%
Capacitación	10	22
Asistencia técnica	6	13
Donación de Insumos y Equipamiento	16	35
Apoyo Económico	4	9
Compra de Productos	2	4
Mejor precio	8	17
Total	46	100

Gráfico N° 19 Beneficios percibidos por el productor rural si se asociara en alguna organización productiva



Los principales beneficios percibidos por los productores rurales a través del proceso de la asociatividad están referidos a la donación de insumos y equipamiento (35%), acceso a capacitación (22%), mejora en precio del producto (17%), asistencia técnica (13%).

Los beneficios son percibidos por logros anteriores, las diferentes ONG que apoyaron a los productores rurales, centraron sus acciones en el mejoramiento operativo, transferencia tecnológica, construcción de secadores manuales y asociativos; estas actividades están acompañadas por la capacitación y asistencia permanente con la intencionalidad de mejorar el precio, calidad y volumen de productos.

Gráfico N° 20 Paradigmas a superar para lograr asociatividad



El concepto engloba “la unión de una persona o grupos de personas para colaborar en el desempeño de algún trabajo, en la búsqueda de metas u objetivos compartidos” (Rocha, 2018). Los hallazgos encontraron que la mayoría de productores tienen nivel regular tanto de conocimientos, actitudes y prácticas, el principal paradigma a superar el recurrente individualismo y aumento en la desconfianza que lo limita para poder superar las barreras que limitan la asociatividad para acceder a mejores mercado y precios; significa que se debe fortalecer las capacidades de este grupo humano rescatando sus prácticas y costumbres en trabajo comunitario.

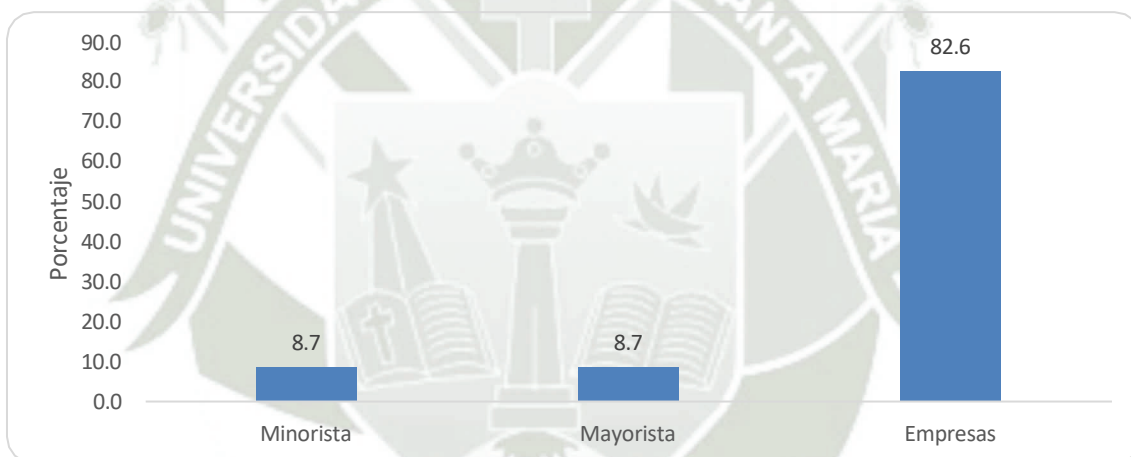
4.3 Características de la oferta exportable de orégano

Dimensión Disponibilidad de Producto

Tabla N° 34 Compradores más frecuentes de productos

Compradores más frecuentes de productos	Total	
	N°	%
Minorista	4	8.7
Mayorista	4	8.7
Empresas Exportadora Directa	38	82.6
Total	46	100

Gráfico N° 21 Compradores más frecuentes de productos

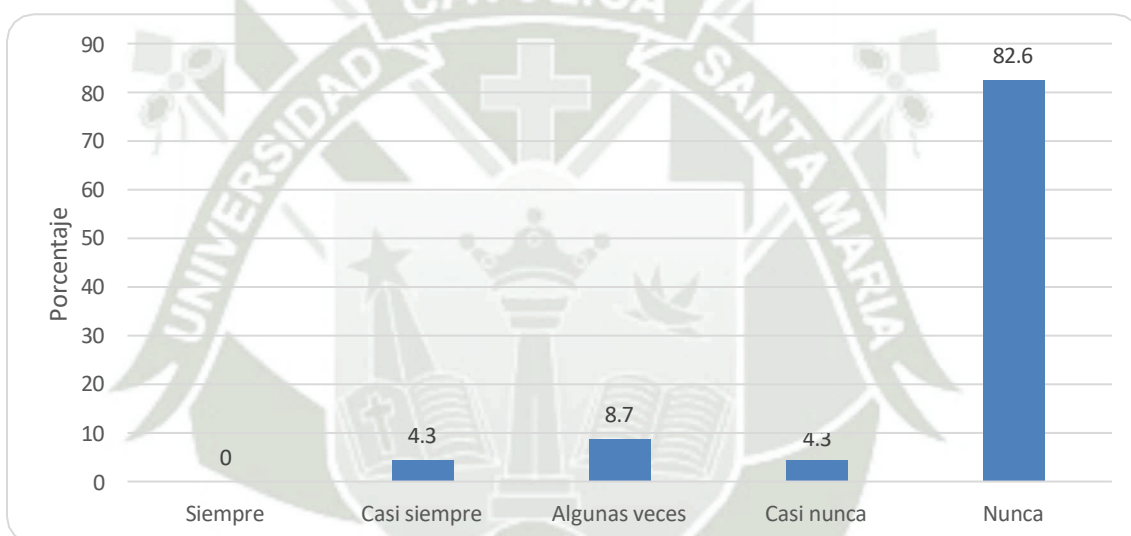


Desde su fundación la organización de productores de orégano fue apoyado por la ONG El Taller, organización que buscó una empresa exportadora para consolidar la cadena productiva, hace más de 10 años, lograron obtener el certificado de productores orgánicos y con ello pueden mantener la producción y nexos con el mercado; actualmente su principal comprador son empresas formalizadas, hecho percibido por el 82.6% de asociados, sin embargo algunos productores rompen esta cadena comercial por falta de liquidez y otros factores que impulsan su venta a Minoristas que venden en los principales mercados locales e intermediarios que buscan acopiar volúmenes y enviar a otros compradores en el extranjero.

Tabla N° 35 Uso de insumos químicos para garantizar la calidad de su producto

Uso de insumos químicos para garantizar la calidad	Total	
	N°	%
Siempre	0	0
Casi siempre	2	4.3
Algunas veces	4	8.7
Casi nunca	2	4.3
Nunca	38	82.6
Total	46	100

Gráfico N° 22 Uso de insumos químicos para garantizar la calidad de su producto

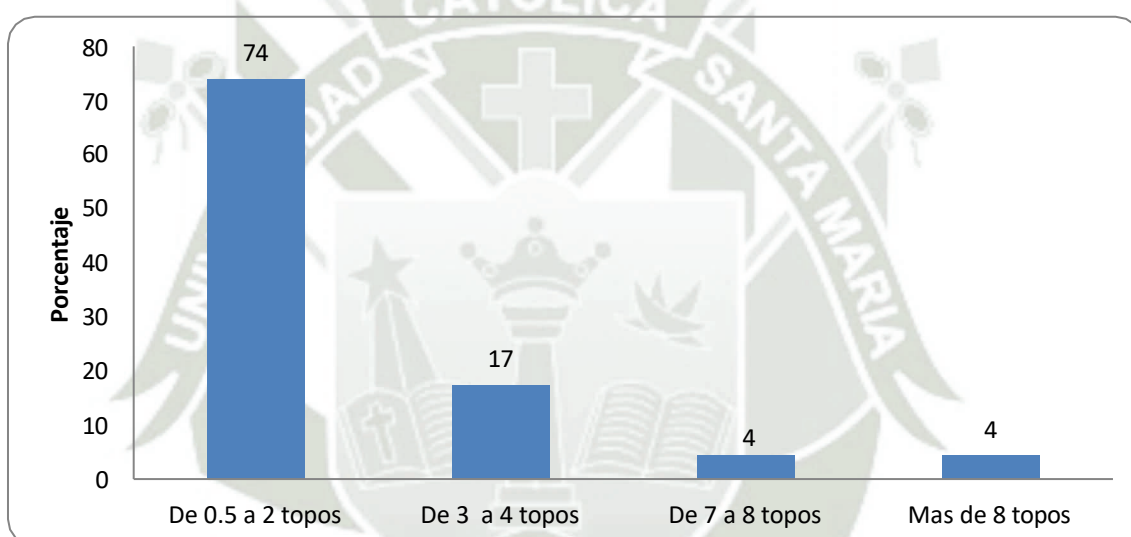


El uso de insumos químicos a nivel de la producción orgánica esta prohibido por los residuos que queda en el producto final y evita su comercialización al extranjero, aquellos que mantienen contacto con la empresa compradora siguen las recomendaciones, sin embargo existen 08 asociados que indican el uso en alguna etapa de crecimiento de la planta (representan 17.4%) lo cual deja pensando que la capacitación, asistencia técnica y monitoreo constante es necesario; es probable que estos productores no perciban el daño que pueden generar a los demas miembros de la organización con éste tipo de contaminación cruzada, siendo necesario replantear una estrategia para afrontar la situación y sensibilizar a los integrantes.

Tabla N° 36 Distribución productores de orégano según área de producción

Área de Producción	N°	%
De 0.5 a 2 topos	34	74
De 3 a 4 topos	8	17
De 7 a 8 topos	2	4
Más de 8 topos	2	4
Total	46	100

Gráfico N° 23 Distribución productores de orégano según área de producción

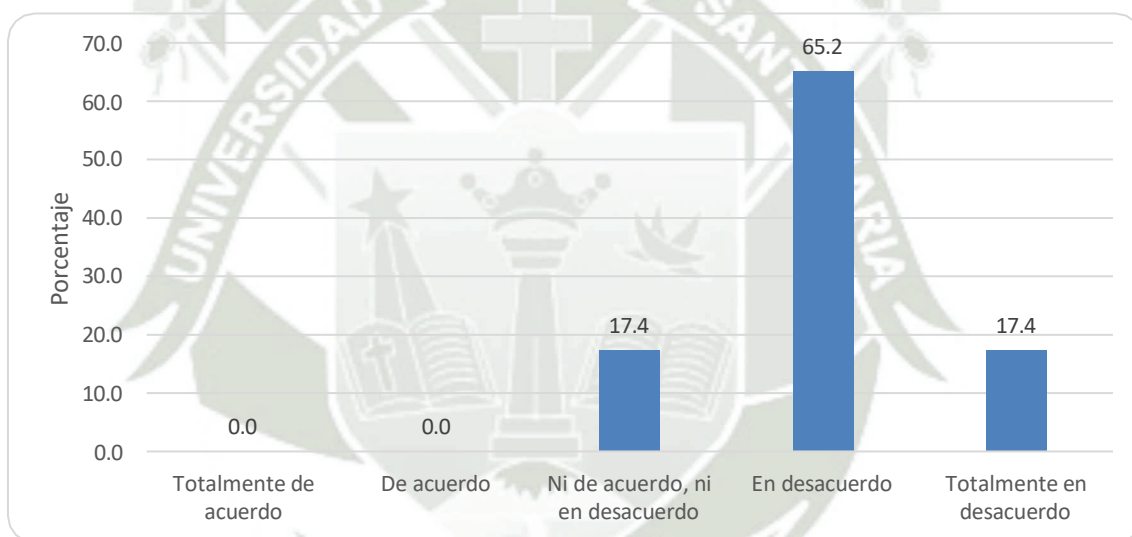


El área promedio del predio agrícola es de 2 topos (equivalente a 0,66 Hectáreas); la mayoría de los productores de orégano del distrito de Chiguata posee entre el 0.5 y 2 topos (74%), similar información reportada por el CENSO Agropecuario 2012 del INEI. El manejo de pequeñas parcelas tiende a incrementarse por ser la tierra uno de los bienes que se transmiten de generación en generación de acuerdo con el número de integrantes por familia (herencia), en el cuadro se observa que el 74% de los productores posee menos de 02 topos lo cual condiciona la producción a baja escala.

Tabla N° 37 ¿Considera que la cantidad de orégano que produce puede ser suficiente para su comercialización en el exterior?

	N°	%
Totalmente de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	0	0.0
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	17.4
En desacuerdo	30	65.2
Totalmente en desacuerdo	8	17.4
Total	46	100

Gráfico N° 24 ¿Considera que la cantidad de orégano que produce puede ser suficiente para su comercialización en el exterior?



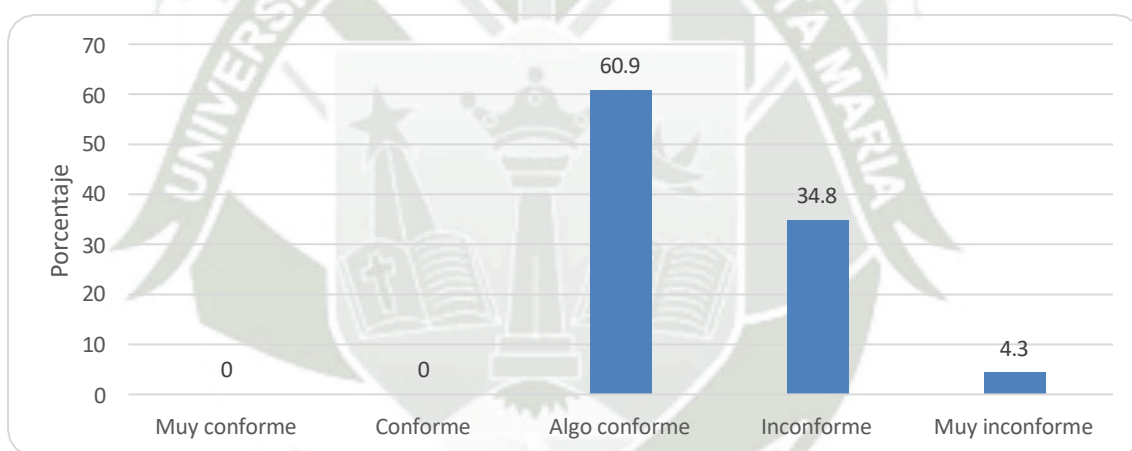
En general, de acuerdo a la demanda de las empresas exportadoras y comprador directo, la actual producción de orégano no satisface la demanda, hecho percibido por la totalidad de los asociados; quienes consideran que la cantidad de orégano seco que produce Chiguata es suficiente para cubrir los requerimientos del comprador, ellos consideran que poseen una ventana comercial al tener productos orgánicos y podrían incrementar su producción con el acceso a materia primas, capital de trabajo y tecnología.

Dimensión: Capacidad Económica y Financiera de la empresa

Tabla N° 38 Conformidad respecto al nivel de ingreso, producto de la producción de orégano

	N°	%
Muy conforme	0	0
Conforme	0	0
Algo conforme	28	60.9
Inconforme	16	34.8
Muy inconforme	2	4.3
Total	46	100

Gráfico N° 25 Conformidad respecto al nivel de ingreso, producto de la producción de orégano

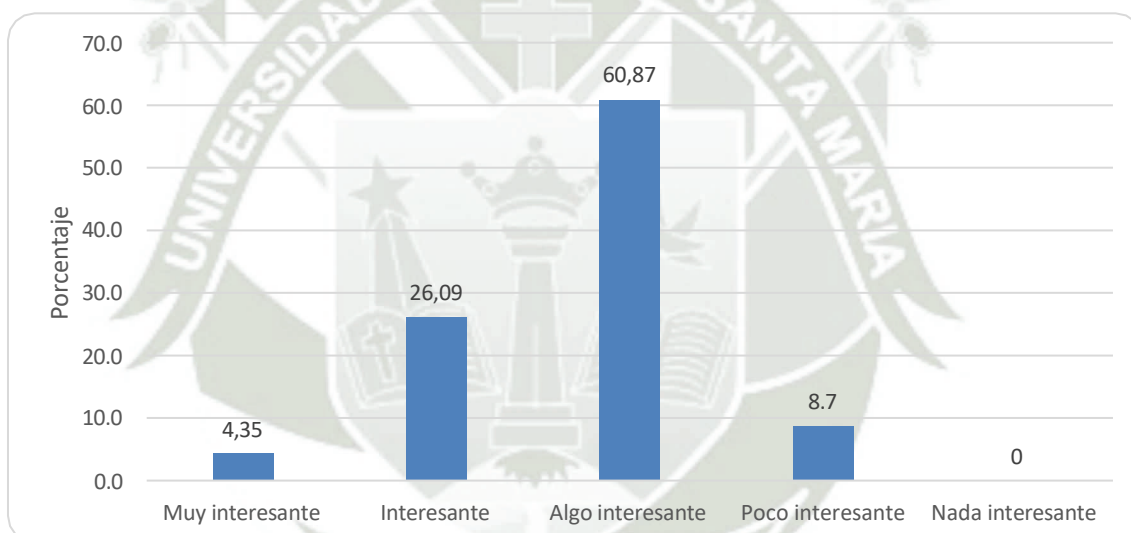


La mayoría de productores (60.9%) se encuentra algo conforme con el nivel de ingreso, es preocupante que cuatro de cada diez productores estén inconformes con los precios pagados por el producto, ello pondría en un escenario desfavorable a la organización, algunos podrían regresar a la producción convencional lo cual significa pérdidas no solo de precio refugio por producción orgánica, sino mermar el esfuerzo realizado en los últimos 20 años para instalar la producción orgánica a nivel distrital, es urgente dinamizar el mercado e impulsar la cadena productiva de orégano desde el Gobierno de turno representado por Municipalidad y las organizaciones locales.

Tabla N° 39 Interés por invertir sus recursos (económicos y materiales) para expandirse en mercados del exterior

	N°	%
Muy interesante	2	4.35
Interesante	12	26.09
Algo interesante	28	60.87
Poco interesante	4	8.7
Nada interesante	0	0
Total	46	100

Gráfico N° 26 Interés por invertir sus recursos (económicos y materiales) para expandirse en mercados del exterior

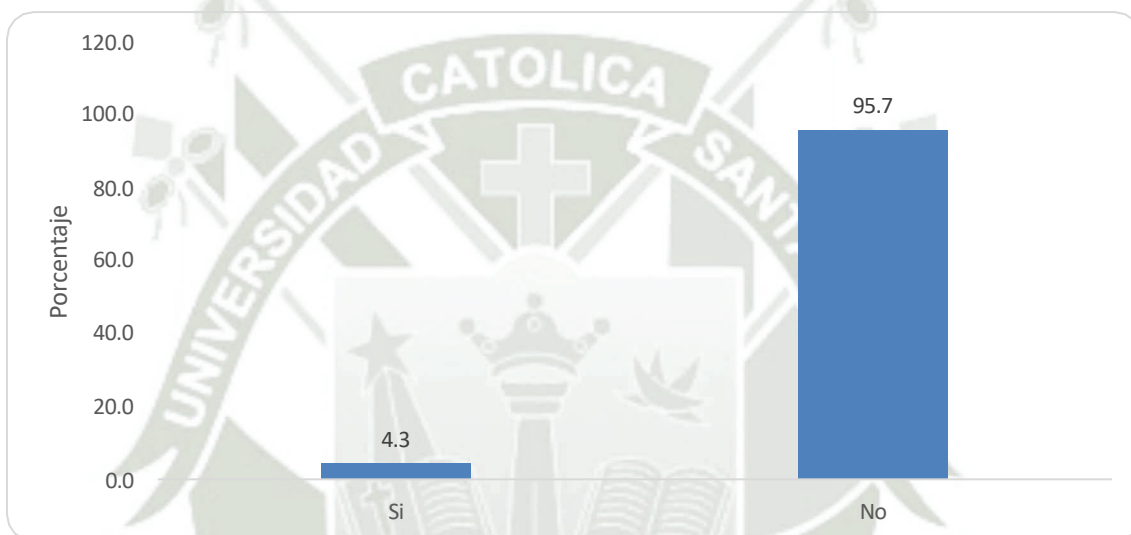


Un tercio de los miembros de la organización (30.44%) consideran interesante y muy interesante invertir sus recursos en la expansión al mercado exterior porque son los que poseen mayores áreas de producción, sin embargo la mayoría de los productores poseen menos de 02 topes.

Tabla N° 40 Acceso a créditos bancarios para financiamiento de producción de orégano

	N°	%
Si	2	4.3
No	44	95.7
Total	46	100

Gráfico N° 27 Acceso a créditos bancarios para financiamiento de producción de orégano



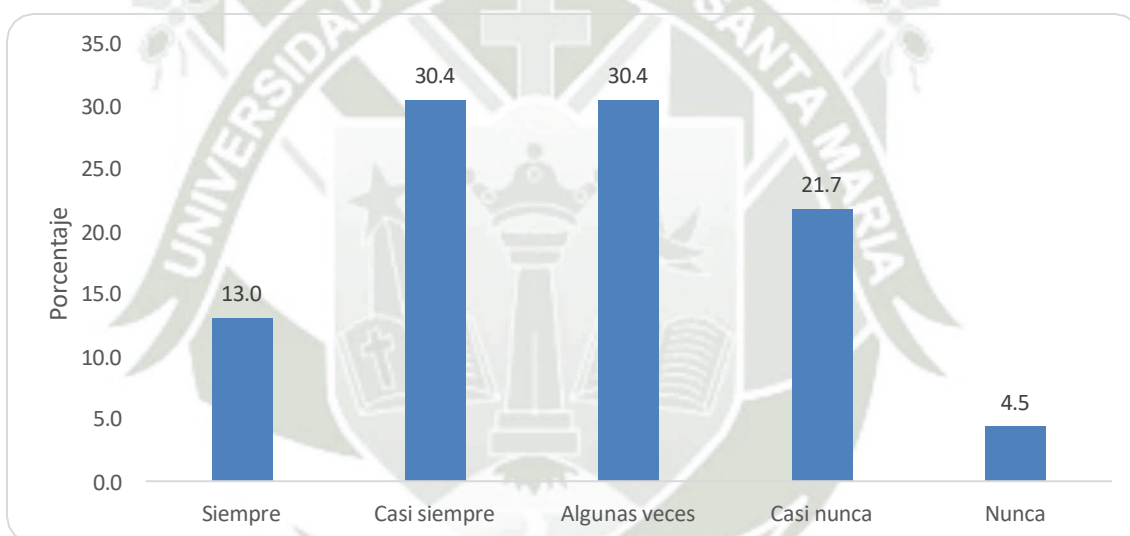
En la tabla 26 se indicó los frecuentes problemas para el acceso a créditos por el alto costo de este (83%). La mayoría de los productores de orégano (95.7%) no acceden a créditos bancarios para lograr financiar su actividad, utilizan su propia capacidad para enfrentar la producción; la cultura crediticia está poco desarrollada en la cadena productiva, siendo necesario para el apalancamiento y aumento de la capacidad productiva. Consideremos que los adultos mayores frecuentemente poseen reticencia para solicitar créditos por lo que es necesario plantear otra estrategia de crecimiento.

Dimensión: Capacidad de Gestión

Tabla N° 41 Acceso a capacitaciones para conocer mejor el sector agrario

	N°	%
Siempre	6	13.0
Casi siempre	14	30.4
Algunas veces	14	30.4
Casi nunca	10	21.7
Nunca	2	4.5
Total	46	100

Gráfico N° 28 Acceso a capacitaciones para conocer mejor el sector agrario

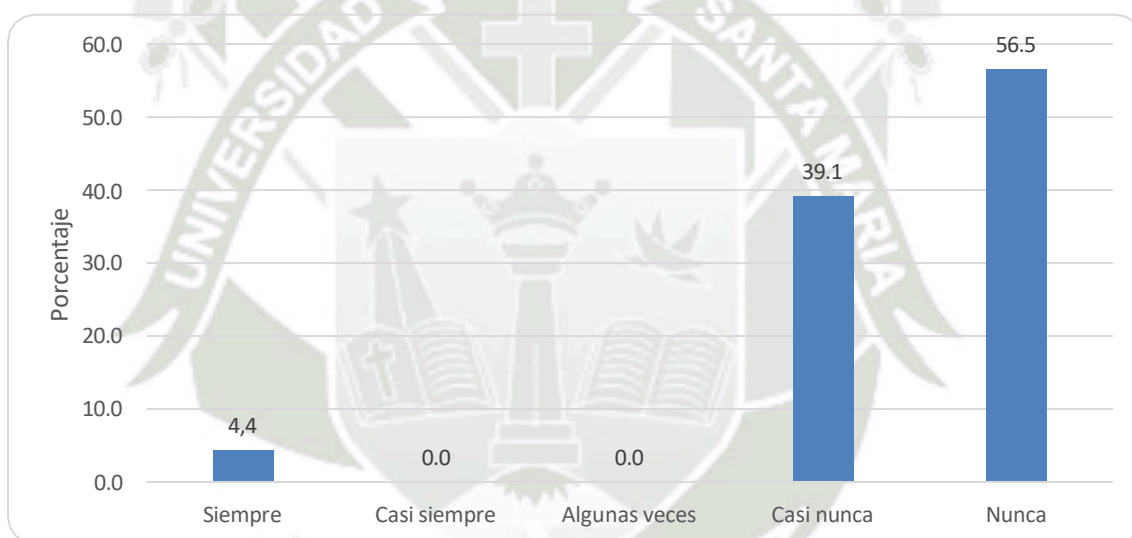


La organización que agrupa a los productores tiene más de 10 años desde su fundación, ha recibido capacitación y asistencia técnica hasta el año 2017, puesto en evidencia porque, el 43.4% de los integrantes indican haber tenido acceso a dichas capacitaciones, el 30.4% algunas veces accedió a capacitación y se mantiene un 26.2% de asociados sin acceso al mismo; muchos de ellos indican que existe una escasa comunicación sobre los eventos y las distancias geográficas frecuentemente impiden acceder al mismo, al igual que los factores motivacionales.

Tabla N° 42 Frecuencia con la cual los organismos estatales fomentan capacitaciones dirigidas a productores de orégano de la localidad

	N°	%
Siempre	2	4.4
Casi siempre	0	0.0
Algunas veces	0	0.0
Casi nunca	18	39.1
Nunca	26	56.5
Total	46	100

Gráfico N° 29 Frecuencia con la cual los organismos estatales fomentan capacitaciones dirigidas a productores de orégano de la localidad

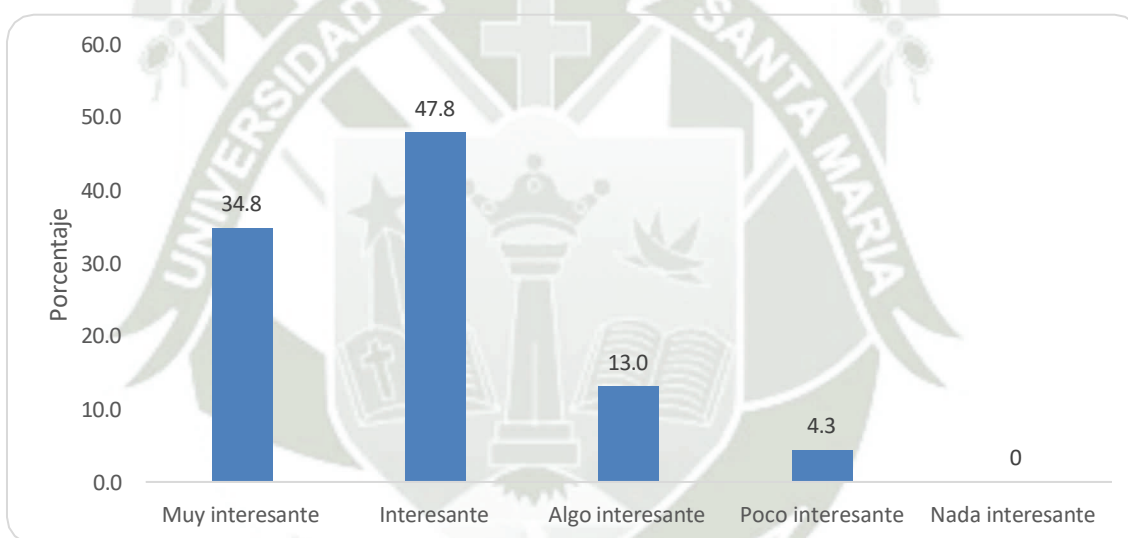


La mayoría de los productores (95.6%) centra su crítica en la Municipalidad Distrital y la Gerencia de Agricultura, reconocen su importancia y el rol que debe cumplir en apoyo al sector, evidencia que nunca y casi nunca fomentan capacitaciones, únicamente reconocen el apoyo del sector privado representado por la ONG's El Taller Asociación Civil, Yanapaj Maki y Cooperación Peruana Alemana de Seguridad Alimentaria - COPASA.

Tabla N° 43 Interés por el capacitarse sobre el uso de tecnología en la comercialización de productos

	N°	%
Muy interesante	16	34.8
Interesante	22	47.8
Algo interesante	6	13.0
Poco interesante	2	4.3
Nada interesante	0	0
Total	46	100

Gráfico N° 30 Interés por el capacitarse sobre el uso de tecnología en la comercialización de productos

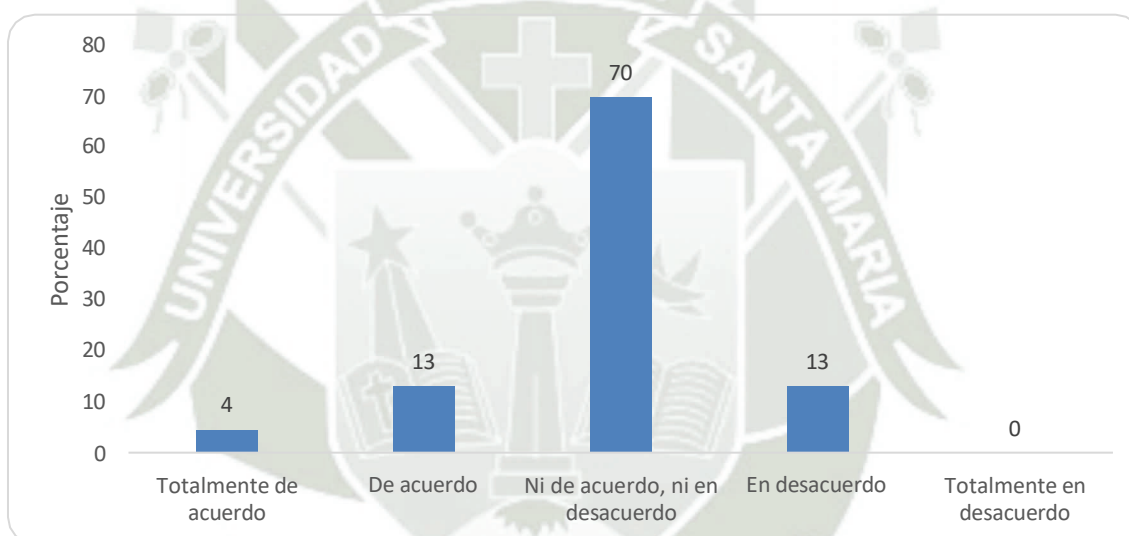


La mayoría de los productores de orégano consideran interesante y muy interesante (82.6%) la capacitación sobre el uso de la tecnología para la comercialización de productos orientadas en la búsqueda de nuevos clientes, plataformas web y promover el producto de la organización.

Tabla N° 44 Percepción sobre el precio del orégano en el departamento de Arequipa

	N°	%
Totalmente de acuerdo	2	4
De acuerdo	6	13
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	32	70
En desacuerdo	6	13
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	46	100

Gráfico N° 31 Percepción sobre el precio del orégano en el departamento de Arequipa

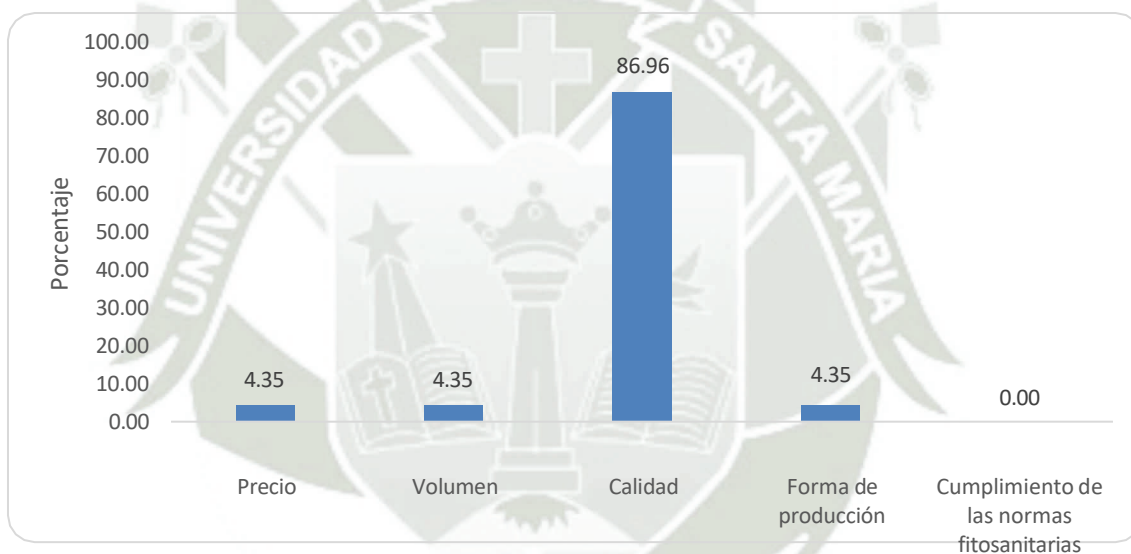


Ante la pregunta ¿Considera que el producto que ofrece (orégano) mantiene un precio competitivo en el departamento de Arequipa?, la mayoría de los productos desconoce si el precio que están recibiendo por sus productos es el adecuado, ello nos invoca a pensar que existe debilidad respecto al acceso de información e inteligencia comercial, están conformes con el precio actual, a pesar que en la Tabla 25 del estudio se pudo identificar al precio como uno de los principales problemas, una de las estrategias es aumentar el volumen y negociar precio por el mismo, negociando mejoras sustanciales en el comercio justo con los exportadores.

Tabla N° 45 Atributos más competitivos que caracterizan al orégano de su localidad

	N°	%
Precio	2	4.35
Volumen	2	4.35
Calidad	40	86.96
Forma de producción	2	4.35
Cumplimiento de las normas fitosanitarias	0	0
Peso	0	0
Total	46	100

Gráfico N° 32 Atributos más competitivos que caracterizan al orégano de su localidad

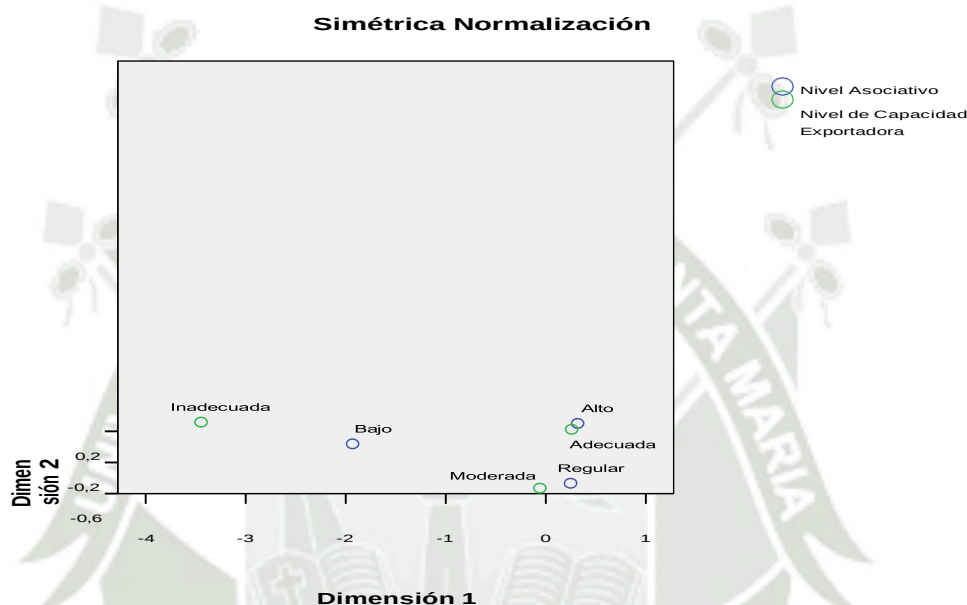


Cada zona geográfica (Huambo, Candarave, Caylloma, Yura, etc.) donde se produce orégano posee condiciones que aumentan o limitan la calidad del producto final, el orégano de Chiguata es aceptado en el mercado porque cumple con la expectativa del consumidor, hecho también reconocido por el propio productor local, estas condiciones se especifican en la página 24 del presente estudio como son: presentación, color, aroma, humedad, impurezas totales, tamaño de hoja, y principalmente la presentación del certificado de producto orgánico.

4.4 Influencia de la Asociatividad en la consolidación de la oferta exportable de orégano en el distrito de Chiguata

Relaciones Estadísticas

Gráfico N° 33 Relación entre el nivel de Asociatividad y las percepciones sobre capacidad de oferta exportable de los productores de orégano en Chiguata
Pruebas de Correspondencia y Chi-Cuadrado De Pearson



Al aplicar la prueba de correspondencia y el chi cuadrado con la finalidad de encontrar relaciones entre las variables nivel de asociatividad productiva y la capacidad exportadora se encontró que existe una relación fuerte, directamente proporcional, además se realizó la prueba de χ^2 donde se observa que el valor es menor a < 0.05 se concluye que existe asociación estadística significativa entre el nivel asociativo y la capacidad exportadora percibida por los productores. En forma gráfica se explica la relación entre ambas variables y que sucede si nosotros fortalecemos la asociatividad productiva a niveles más altos, los valores se centran en la mejor capacidad exportadora. El productor se asocia para enfrentarse al mercado porque, en forma individual difícilmente podrá acumular volúmenes para negociar precios y mejorar calidad del producto (factor diferenciador en la producción arequipeña) con tendencia a la producción orgánica.

Tabla N° 46 Relación entre las características del productor y el nivel de las capacidades asociativas

Pruebas De Chi-Cuadrado De Pearson

		Nivel Asociativo							
		Bajo		Regular		Alto		Total	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Edad	De 18 a 36 años	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	De 37 a 55 años	0	0%	4	25%	2	8%	6	13%
	Mayor de 56 años	6	100%	12	75%	22	92%	40	87%
	Total	6	100%	16	100%	24	100%	46	100%
Estado Civil	Casado(a)	4	67%	6	38%	16	67%	26	57%
	Soltero	0	0%	6	38%	2	8%	8	17%
	Conviviente	0	0%	2	13%	0	0%	2	4%
	Divorciado	2	33%	2	13%	6	25%	10	22%
	Viudo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Total	6	100%	16	100%	24	100%	46	100%
Grado de Instrucción	Analfabeto	0	0%	0	0%	2	8%	2	4%
	Primaria Incompleta	0	0%	2	13%	2	8%	4	9%
	Primaria Completa	0	0%	2	13%	2	8%	4	9%
	Secundaria Incompleta	0	0%	4	25%	2	8%	6	13%
	Secundaria Completa	4	67%	0	0%	8	33%	12	26%
	Superior Incompleta	2	33%	2	13%	2	8%	6	13%
	Superior Completa	0	0%	4	25%	6	25%	10	22%
	Técnico	0	0%	2	13%	0	0%	2	4%
	Total	6	100%	16	100%	24	100%	46	100%
Enfoque de Producción	Orgánico	2	33%	14	88%	22	92%	38	83%
	Agroecológico	2	33%	2	13%	2	8%	6	13%
	Convencional	2	33%	0	0%	0	0%	2	4%
	Total	6	100%	16	100%	24	100%	46	100%

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson

		Nivel Asociativo
Edad	Chi-cuadrado	3.386
	gl	2
	Sig.	.184
Estado Civil	Chi-cuadrado	12.333
	gl	6
	Sig.	.055
Grado de Instrucción	Chi-cuadrado	22.361
	gl	14
	Sig.	.071
Enfoque de Producción	Chi-cuadrado	17.687
	gl	4
	Sig.	.001(*)
Área de producción	Chi-cuadrado	6.257
	gl	6
	Sig.	.395

* El estadístico de chi-cuadrado es significativo en el nivel 0.05.

Al aplicar la prueba del χ^2 se encontró asociación estadística significativa entre el enfoque de producción y el hecho de participar en alguna organización productiva, la diferenciación de la actividad productiva genera incentivo para la asociatividad por despertar innovación y replica de técnicas novedosas, además, aquellos que poseen condiciones más desfavorables para alcanzar el mercado (área de terreno, capitales, tecnología, etc.) son los que predisponen las condiciones para el proceso asociativo, mientras se mantengan condiciones de conocimiento, interés, práctica asociativa, las organizaciones podrán desarrollarse adecuadamente.

No se tiene una línea base (hace 10 años) y difícilmente se podría obtener; solo se está tomando una imagen general de la situación actual a través del instrumento de recolección de información para cumplir con los objetivos aprobados en el plan de tesis.

El productor se asocia para enfrentarse al mercado porque, en forma individual difícilmente podrá acumular volúmenes para negociar precios y mejorar calidad del producto (factor diferenciador en la producción arequipeña) con tendencia a la producción orgánica.

Para generar y mantener la asociatividad se necesita múltiples actores, entre ellos los recursos económicos procedentes del Canon a través de la aplicación del PROCOMPITE (destinado para la cadena de Orégano y Hierbas aromáticas), voluntad política del gobierno de turno y las entidades encargadas de la promoción y comercialización de orégano.

- Para que funcione bien una organización los promotores e instituciones deben guiarse del proceso de selección de productores en 5 etapas, esta es una etapa importante, muchas organizaciones se desintegran porque los asociados tienen rangos de edad muy distanciados, grados de instrucción muy heterogéneos (los más capacitados – universitarios y/o técnicos terminan utilizando la organización para sus fines personales, dejando de lado al productor rural), niveles económicos que pueden afectar el proceso de fortalecer la asociatividad (los que tienen más recursos viajan, hacen contactos, comercian a costa de la organización). Entonces seleccionar adecuadamente al productor para formar una organización es un 1er paso, no es solo que se agrupen.
- Posteriormente con la organización (ASPEPACHA) se deberá fortalecer sus capacidades para empoderarse (acceder a recursos y tomar decisiones), ello lo realizamos con el flujo de conformación de OPAS (Organización de Productores Agrarios) que permite que la organización gestione sus propios recursos y mire su sostenibilidad en el tiempo (está en proceso), debe apostar por contar con sus propios técnicos agrícolas y un agente de comercialización, no solo depender de la empresa Suiza (es bueno tenerlo de aliado), pero por el momento esa opción tiene.

4.5 Propuesta para el desarrollo del Modelo Asociativo que permitirá consolidar la oferta exportable

“Programa de mejora de la productividad de la cadena productiva de Orégano en el distrito de Chiguata, Departamento de Arequipa”

La propuesta está enfocada en el apoyo directo a la cadena productiva del orégano, a través de la inversión pública en el sistema Invierte.pe y usando los mecanismos previstos en la Ley 29337: Iniciativa de Apoyo a la competitividad productiva (PROCOMPITE) que impulsa la generación de fondos concursables para superar los puntos críticos en el proceso asociativo.

A) Enfoque de desarrollo que fundamenta la propuesta

La inversión pública guarda un efecto positivo, sobre los niveles de sostenibilidad de la tasa de crecimiento de la economía, pero no siempre sobre la tasa de crecimiento en los índices de desarrollo humano, de allí que se hace necesario la búsqueda de estrategias de estado para que el impacto social no solo sea al nivel económico, sino que trascienda a aspectos vitales en el desarrollo del género humano.

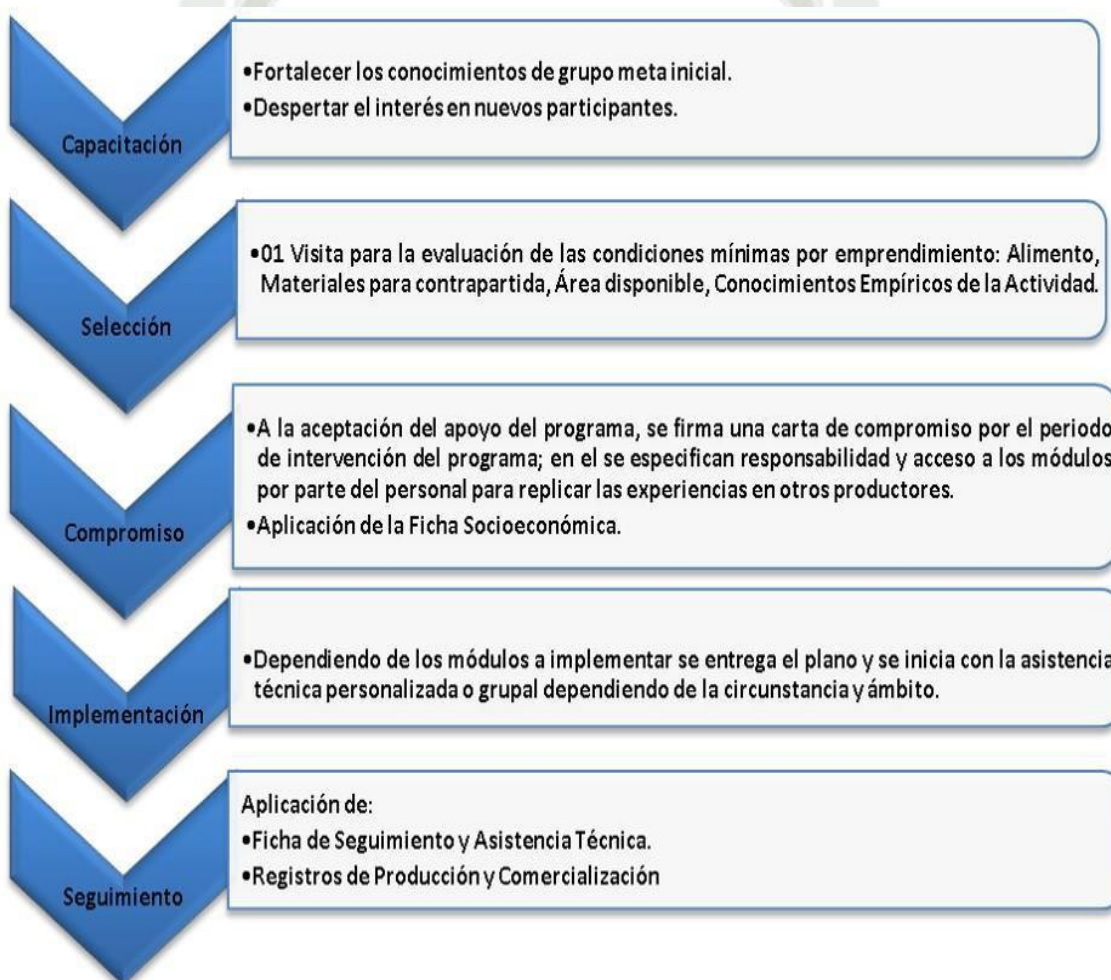
Son muchos los gobiernos, que actualmente vienen desarrollando acciones a modo de programas y proyectos, que dotan directamente de activos (bienes y servicios) a unidades organizadas de la sociedad civil, es entonces que la inversión pública traducida en programas de corte concursable, se convierte en una estrategia, para la lucha contra la pobreza.

Por ende es “reciente la masificación de la implementación de fondos concursables” cabe decir fondos concursables de carácter productivo, ya que cuentas con instrumentos para acceder a financiamiento, de análisis y valoración de los resultados productivo financieros, tales como los planes de negocio (Reglamento PROCOMPITE: 2013) “es requisito para participar en el fondo concursable PROCOMPITE la elaboración por parte de la organización el plan de negocios según la cadena productiva a la que se presenta” (Ley 29337, 2009)

En el proceso de conformación de OPAS, las municipalidades deben desarrollar dos etapas importantes: La selección y la conformación:

a) Para la etapa de selección se deben realizar la siguientes acciones:

Gráfico N° 34 Proceso de selección de productores de orégano



b) Conformación de OPAS (Organización de Productores Agrarios)

Paso previo a la selección de productores e impulso de la asociatividad productiva, es necesario conformar las OPAS y proceder al proceso de gestión organizacional. Esta etapa es el quehacer de la organización,

involucra la Promoción y Asociación, con la intención de delimitar la cadena, los objetivos, generar acuerdos e inscribir a la Junta Directiva en la SUNARP.

Gráfico N° 35 Proceso de fortalecimiento de la asociatividad productiva en las organización de productores de Orégano



B) Descripción de la Estrategia para Implementar

El ente encargado de impulsar la propuesta asociativa es la Municipalidad de Chiguata, la cual en sus diferentes funciones asignadas a la Sub-gerencia de Desarrollo Económico debe dirigir sus esfuerzos en “el desarrollo del empoderamiento de los grupos objetivos y gobiernos locales. Entendemos como empoderamiento dos elementos determinantes que se conjugan e interactúan entre ellas: (1) el desarrollo de capacidades, y (2) acceso a recursos” (Ley 29337, 2009).

Primera Estrategia: En el Gobierno Local se propicia el fortalecimiento de la subgerencia de Desarrollo Económico a través de los instrumentos de inversión como son: “(1) Expedientes Técnicos - Perfiles y Planes de Negocios, (2) Búsqueda de financiamiento y articulación con los productores locales, e (3) Incidir en la Implementación de políticas de promoción” (Ley 29337, 2009).

Segunda Estrategia: En las OPAS se busca fortalecer los eslabones productivos, supone revisión e inversión en las etapas de: “(1) Aprovechamiento de insumos, (2) producción, (3) post producción, (4) comercialización, (5) gestión organizacional – empresarial” (Ley 29337, 2009).

CONCLUSIONES

Primera.- Los factores que predisponen el funcionamiento de las organizaciones de productores de orégano en el distrito de Chiguata son el nivel de conocimiento, actitud y prácticas asociativas, las cuales se encuentran en niveles de regular a alto, teniendo las bases necesarias y suficientes para desarrollar mejores estrategias asociativas enfocadas al acceso de recursos de organizaciones privadas y con miras a incrementar volúmenes del producto final.

Segunda.- Los principales problemas que debe enfrentar el productor de orégano son: escases de materias primas esenciales, escasa mano de obra, factores climáticos adversos, bajos precios del producto y los altos costos de crédito.

Tercera.- La oferta de orégano del distrito de Chiguata está orientada a empresas exportadoras por tener carácter orgánico, no utilizan insumos químicos en su producción, para lo cual utilizan áreas menores a 02 topes en la mayoría de los casos. Los productores no están conformes con el nivel de ingreso y precio pagado por kilogramo, y están algo interesados en invertir recursos económicos y materiales para expandirse, la mayoría de ellos accedió a una capacitación productiva y muestran interés por el acceso a capacitaciones sobre tecnologías para el proceso de comercialización.

Cuarta.- La propuesta sobre la mejora de la productividad de Cadenas Productivas de Orégano en el distrito de Chiguata se orienta en el uso de recursos públicos para incidir en la persona a fin de cambiar actitudes de trabajo individual despertando su iniciativa a la venta conjunta con reglas claras, debiendo fortalecer el empoderamiento de los grupos meta y sus organizaciones, buscando mejorar el Aprovisionamiento de insumos, la producción, la post producción, la gestión comercial y la gestión organizacional – empresarial.

Quinta.- Se determinó que existe relación directamente proporcional y de nivel significativo entre las variables asociatividad productiva y capacidad exportadora orientada a productos orgánicos, característica que predispone el proceso asociativo, mientras se mantengan condiciones de conocimiento, interés y práctica asociativa, las organizaciones podrán desarrollarse adecuadamente en la búsqueda de consolidar su oferta exportable.



RECOMENDACIONES

Primera.- Las diferentes instituciones que dirigen la función pública y con capacidad de tomar decisiones para implementar la ejecución de los incentivos PROCOMPITE deben unir esfuerzos e integrar recursos para generar un cambio significativo en superar los puntos críticos de la cadena productivas del orégano a nivel departamental.

Segunda.- Las instituciones responsables del proceso de promoción de la exportación, Cámara de Comercio y el Ministerio de Agricultura deben realizar la asistencia técnica necesaria para acceder a ferias internacionales, comprometiendo recursos y capacidades para impulsar el posicionamiento del orégano Arequipeño.

Tercera.- Las organizaciones de productores de orégano deben fortalecer sus capacidades de comercialización y capacidad operativa para aumentar volúmenes de venta que les permitan tener un poder de negociación frente al comprador final (empresa exportadora) a fin de incrementar sus ganancias y lograr mejores precios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alzamora Falcón, M. P. (2017). *Factores que inciden en las exportaciones de Orégano (Origanum vulgare) de la Región Tacna hacia el mercado Brasileño*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Barra, S. (2014). *Impacto de la asociatividad de los productores de orégano sobre su capacidad exportadora en el distrito de Huambo en Caylloma*. Huambo: UTP.
- DRAT. (2016). *Produccion y exportacion de oregano de la region de Tacna*. Tacna: Dirección Regional de Agricultura. Obtenido de <http://docplayer.es/34911979-Produccion-y-exportacion-de-oregano-en-la-region-de-tacna.html>
- El Correo. (30 de abril de 2019). *Precio del orégano cayó en 50% durante el último año en el mercado nacional*. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/edicion/tacna/precio-del-oregano-cayo-en-50-durante-el-ultimo-ano-en-el-mercado-nacional-884393/?ref=dcr>
- Exportación de orégano. (12 de noviembre de 2019). Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de <https://www.buenastareas.com/ensayos/Exportacion-Oregano/2652060.html>
- Fiallos, M. (2010). *Que es la asociatividad?* 75. Caracas, Venezuela: Edit. Laser.
- Flores Llanos, K. (julio- diciembre de 2010). Asociatividad de los productores y cadena productiva de bananos orgánicos en el valle del río Tumbes-Perú. *San Martín Emprendedor*, 01(01), 37-55. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1594/1/sme_v1n1_art3.pdf
- Hernández Sampieri, R., Méndez Valencia, S., Mendoza Torres, C., & Cuevas Romo, A. (2017). *Fundamentos de Investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Klauer García, D. (2019). *Manual técnico de cultivo ecologico de orégano*. Arequipa: Ediciones El Taller.

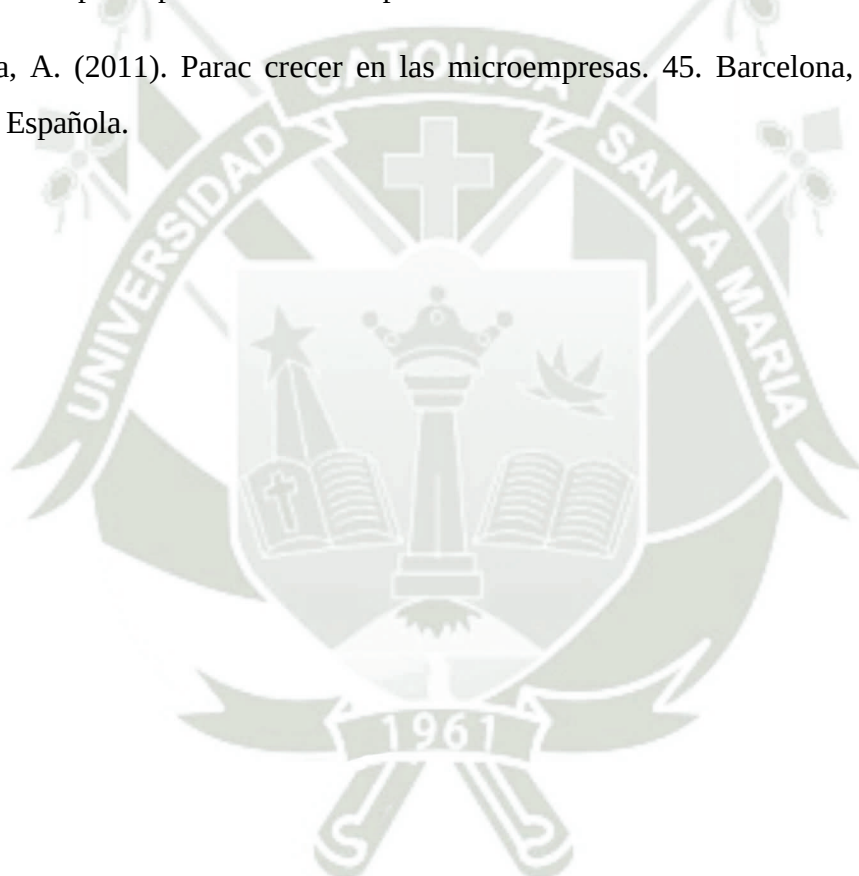
- Labarga, J., & Scherker, E. (2017). *Promover las exportaciones para mejorar la calidad de vida*. República Dominicana: BID.
- Ley 29337. (27 de marzo de 2009). Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva. *Diario El Peruano*. Perú.
- López Rosse, J. (2008). *Oportunidades y limitaciones para el posicionamiento de pequeños cadetaleros de Costa Rica y sus empresa asociativas en mercados de cafés diferenciados*. Costa Rica: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Obtenido de <http://repositorio.bibliotecaorton.catie.ac.cr/handle/11554/3255>
- Mariño, B., & Sandoval, I. (2012). Modelos asociativos en Boyacá. En A. Beltrán, A. Rodríguez, & C. Restrepo, *Encuentro Internacional de Investigadores en Administración* (págs. 1897-1908). Santiago de Cali: Universidad Externado de Colombia. Obtenido de https://administracion.uexternado.edu.co/encuentroInvestigacion/plantillas/2012/Memorias_Encuentro_Investigacion_2012.pdf
- Montes, I. (2018). *Generación de empleo por la exportación de palta Hass en la región Arequipa 2012-2016*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/7924>
- Paredes Nuñez, J. (2011). *Manual para la formulación del Proyecto de Tesis*. Arequipa: Editorial Universidad Católica Santa María.
- Prompyme & Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2017). *Estudio sobre Cluster y Asociatividad*. Lima: Proexpansión. Obtenido de https://www4.congreso.gob.pe/congresista/2001/lguerrero/EXPOSICION/IMAGENES/Clusters_Prompyme.pdf
- Quintanilla, G., & Prieto, P. (2016). *Análisis del mercado canadiense para determinar la oportunidad de exportar arándano fresco del distrito la Joya*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/5932>

- Reg. Ley 29337. (20 de Enero de 2021). Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva. *Normas Legales*. Lima: El Peruano. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/reglamento-de-la-ley-n-29337-ley-que-establece-disposicion-anexo-ds-n-001-2021-produce-1921532-1/>
- Riveros, M. (2011). Asociatividad de los productos de granadilla de las provincias de Huánuco y Pachitea, para la generación de la oferta exportable. Universidad San Martín de Porres. Huánuco, Perú: Edit. USMP.
- Rocha, A. (2018). *Análisis de los factores que limitan la mejora económica de los productores rurales organizados en el distrito de Yarabamba, Arequipa-Perú 2015*. Medellín: Universidad EAFIT. Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/12607>
- Rodríguez, Z. (2015). *Asociatividad en Ecuador: Plan de fortalecimiento de la Asociación Agropecuaria Artesanal de Productores Orgánicos Cuencas del Rio Mayo ACRIM*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/12595/1/RODRIGUEZ%20DEL%20GADO%20ZAIRE%20MABEL.pdf>
- Rosales, R. (1996). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMEs. *SELA*, 51.
- Salas, V. (2015). La asociatividad como motor de la agricultura. *CIES*, 45-50. Obtenido de http://cies.org.pe/sites/default/files/files/articulos/economiaysociedad/la_asociatividad_como_motor_de_la_agricultura_-_vania_salas_-_instituto_del_peru_smp.pdf
- Santamaría, F., & Perales, P. (2019). *Identificación de factores limitantes para la asociatividad de los productores de café del distrito de lonya grande provincia Utcubamba*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2360/1/TL_SantamariaFernandezFrank_PeralesSilvaPierine.pdf

Suárez, J. (2018). *La estrategia asociativa coo una forma para acceder al financiamiento: pequenas y medianas empresas del sector textil Barquisimeto Estado de Lara (Tesis de maestria)*. Barquisimeto, Venezuela: Universidad Cebtroccidental Lizandro Alvarado.

Vásquez, L. (2019). *Modelo de asociatividad de pequeños productores de mango del distrito de Motupe, región Lambayeque, para mejorar su oferta exportable con valor agregado (tesis de grado)*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5909>

Zamora, A. (2011). *Parac crecer en las microempresas*. 45. Barcelona, España: Edit. Española.





ANEXOS

INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Encuesta a Productores

FIC:11A N°: _____

DATOS GENERALES

Edad _____

Estado civil: Casado ☐ Soltero ☐ Conviviente ☐ Divorciado ☐ Viudo ☐

Grado de instruccion:

Analfabeta ☐ Primaria Incompleta ☐ Primaria Completa ☐
 Secundaria Incompleta ☐ Secundaria Completa ☐ Superior Incompleta ☐
 Superior Incompleta ☐ Tecnico ☐

Area de Produccion (Topos)

Enfoque de Produccion: Organico ☐ Agroecologico ☐ Convencional ☐

- 1) ¿Integra alguna organizacion Productiva? SI ☐ NO ☐
- 2) ¿Cada cuanto tiempo se reunen?
- Cada 15 dias ☐ 01 vez al mes ☐ cada 06 meses ☐
 01 vez al año ☐ Cuando el l'residente convoca ☐
- 3) ¿El año pasado cómo calificaría su nivel de participacion?
- Deficiente ☐ Malo ☐ Regular ☐ Bueno ☐ Muy Bueno ☐
- 4) ¿Cuáles cree usted que serían las razones que limitan la participación en la organización?
- Bajo Volumen de Producción ☐ Ausencia de resultados concretos ☐
 Ausencia de Proyectos ☐ Ausencia de rentabilidad de productos a comercializar en forma grupal ☐
 Escasa vision de la organización ☐ Cuota mensual ☐
- 5) ¿Cuáles son los beneficios percibidos por el productor rural si se asoció en alguna organización productiva?
- Capacitación ☐ Asistencia Técnica ☐ Donación de insumos ☐
 Apoyo Económico ☐ Compra de Productos ☐ Mejor precio por productos ☐
- 6) ¿Le interesa continuar en la organización productiva? SI ☐ NO ☐ No me interesa, pero continuare ☐
- 7) Considera importante la asociatividad del productor Rural?
- Nada importante ☐ Importante ☐ Poco importante ☐
 Muy importante ☐ Altamente importante ☐
- 8) ¿La asociatividad del productor podría solucionar sus problemas mas frecuentes?
- SI ☐ NO ☐ No Jose ☐
- 9) ¿Le interesa pertenecer a alguna organización productiva? SI ☐ NO ☐

10) ¿Qué es la asociatividad para Ud.? _____

11) Nivel de conocimiento de la asociatividad

Deficiente ☐ Malo ☐ Regular ☐ Bueno ☐ Muy Bueno ☐

12) ¿Conoce algun programa/proyecto/incentivo del estado para promover la asociatividad productiva?

SI ☐ NO ☐

13) ¿Cuál es el problema mas frecuente que afronta el productor rural en:

- a) b) **Estadístico**
- Escaso capital de trabajo ☐ Altos Costos de materia prima ☐ Escases de materia prima ☐ Endeudamiento con proveedores ☐ Disminucion de calidad de Mat. p. ☐
b) Produccion
- Escasa Mano de obra ☐ Factores climaticos ☐ Escasa ☐ Escaso ☐ Incremento de ☐

Obra	adversos y cambiantes	Planificación del cultivo	abastecimiento de agua	enfermedades y plagas
c Comercialización				
Escasa Articulación del mercado	☐ Escasa Capacitación	☐ Escaso Asesoramiento	☐ Bajo precio de los productos	☐ Ausencia de sistema de comercialización
d Acceso al Financiamiento				
Falta de Garantía	☐ Altos Costos en los créditos	☐ No es sujeto a crédito	☐ D Excesivos papeleos	☐ No requiere crédito



OFERTA EXPORTABLE

Disponibilidad de Producto

- 13) ¿Quiénes son las personas o empresas que más compran sus productos?
- | | | | | | |
|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|
| Minimista | ☐ | Mayorista | ☐ | Empresas | ☐ |
|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|
- 14) ¿En la producción de oregano utiliza insumos químicos para garantizar la calidad de su producto?
- | | | | | | | | | | |
|---------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|-------|--------------------------|
| Siempre | ☒ | Casi siempre | ☒ | Algunas veces | ☒ | Casi nunca | ☒ | Nunca | ☐ |
|---------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|-------|--------------------------|
- 15) ¿Con cuántas hectáreas cuenta Ud. para la producción de oregano?
- | | | | | | | | | | |
|---------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 0.5 a 2 Topos | ☐ | De 3 a 4 Topos | ☐ | De 5 a 6 Topos | ☐ | De 7 a 8 Topos | ☐ | Más de 8 Topos | ☐ |
|---------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
- 16) ¿Considera que la cantidad de oregano que produce puede ser suficiente para su comercialización?
- | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Totalmente de acuerdo | ☒ | De acuerdo | ☒ | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | ☒ | En desacuerdo | ☒ | Totalmente en desacuerdo | ☐ |
|-----------------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
- 17) ¿Usted está conforme con su nivel de ingreso, producto de la producción de oregano?
- | | | | | | | | | | |
|--------------|-------------------------------------|----------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| Muy conforme | ☒ | Conforme | ☒ | Algo conforme | ☒ | Inconforme | ☐ | Muy inconforme | ☐ |
|--------------|-------------------------------------|----------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
- 18) ¿Cuán interesante es para usted invertir sus recursos (económicos y materiales) en una asociación de oregano para expandirse en mercados del exterior?
- | | | | | | | | | | |
|-----------------|--------------------------|-------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Muy interesante | ☐ | Interesante | ☐ | Algo interesante | ☐ | Poco interesante | ☐ | Nada interesante | ☐ |
|-----------------|--------------------------|-------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
- 19) ¿Usted tiene acceso a créditos bancarios para financiar su actividad de producción de oregano?
- | | | | |
|----|--------------------------|----|--------------------------|
| Si | ☐ | NO | ☐ |
|----|--------------------------|----|--------------------------|
- 20) ¿Usted como productor de oregano, ha recibido capacitaciones para conocer mejor el sector agrario a un nivel empresarial?
- | | | | | | | | | | |
|---------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|-------|-------------------------------------|
| Siempre | ☒ | Casi Siempre | ☒ | Algunas veces | ☒ | Casi nunca | ☒ | Nunca | ☒ |
|---------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|-------|-------------------------------------|
- 21) ¿Algún organismo estatal o particular con qué frecuencia ha fomentado capacitaciones dirigidas a productores de oregano de la localidad para desarrollarse empresarialmente?
- | | | | | | | | | | |
|---------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|-------|--------------------------|
| Siempre | ☒ | Casi Siempre | ☒ | Algunas veces | ☒ | Casi nunca | ☒ | Nunca | ☐ |
|---------|-------------------------------------|--------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|-------|--------------------------|
- 22) ¿Le parecería interesante el capacitarse para conocer mejor el sector agrario y las formas de comercialización de este?
- | | | | | | | | | | |
|-----------------|--------------------------|-------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Muy interesante | ☐ | Interesante | ☐ | Algo interesante | ☐ | Poco interesante | ☐ | Nada interesante | ☐ |
|-----------------|--------------------------|-------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
- 23) ¿Considera interesante una capacitación sobre el uso de tecnología en la comercialización de productos?
- | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|
| Muy interesante | ☒ | Interesante | ☒ | Algo interesante | ☒ | Poco interesante | ☒ | Nada interesante | ☒ |
|-----------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|
- 24) ¿Considera que el producto que ofrece (oregano) mantiene un precio competitivo en el departamento de Arequipa?
- | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| Totalmente de acuerdo | ☒ | De acuerdo | ☒ | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | ☒ | En desacuerdo | ☒ | Totalmente en desacuerdo | ☒ |
|-----------------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
- 25) ¿Cuáles son los atributos más competitivos que caracterizan al oregano de su localidad?
- | | | | | | | | | | |
|--------|-------------------------------------|---------|--------------------------|---------|-------------------------------------|---------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Precio | ☒ | Volumen | ☐ | Calidad | ☒ | Forma de producción | ☐ | Cumplimiento de normas | ☐ |
|--------|-------------------------------------|---------|--------------------------|---------|-------------------------------------|---------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
- 26) ¿Su producto (oregano) cuenta con alguna certificación de calidad?
- | | | | | | |
|----|-------------------------------------|----|-------------------------------------|-----------|-------------------------------------|
| Si | ☒ | No | ☒ | Desconoce | ☒ |
|----|-------------------------------------|----|-------------------------------------|-----------|-------------------------------------|

Gracias por su colaboración

ANEXO 02
BASE DE DATOS



Productor	Edad	Rango edad	Estado civil	Grado instrucción	Area producción	Tipo Producción	P01 Integra Organización	P02 Tiempo Reunion
1	57	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Completa	3,00	Agroecológico	No	01 vez al mes
2	43	De 37 a 55 años	Conviviente	Técnico	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
3	65	Mayor de 56	Soltero	Superior Completa	3,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
4	80	Mayor de 56	Casado(a)	Analfabeto	2,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
5	65	Mayor de 56	Divorciado	Secundaria Completa	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
6	80	Mayor de 56	Casado(a)	Primaria Incompleta	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
7	63	Mayor de 56	Soltero	Primaria Completa	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
8	55	Mayor de 56	Soltero	Secundaria Incompleta	1,00	Orgánico	Si	Cada seis meses
9	67	Mayor de 56	Casado(a)	Primaria Incompleta	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
10	60	Mayor de 56	Soltero	Primaria Completa	2,00	Agroecológico	No	01 vez al mes
11	66	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Completa	0,50	Agroecológico	No	01 vez al mes
12	75	Mayor de 56	Divorciado	Superior Incompleta	0,50	Orgánico	Si	01 vez al mes
13	62	Mayor de 56	Divorciado	Superior Incompleta	2,00	Convencional	No	01 vez al mes
14	70	Mayor de 56	Casado(a)	Superior Completa	8,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
15	46	De 37 a 55 años	Casado(a)	Superior Completa	3,20	Orgánico	No	01 vez al mes
16	65	Mayor de 56	Divorciado	Superior Completa	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
17	67	Mayor de 56	Casado(a)	Superior Completa	9,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
18	62	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Completa	3,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
19	67	Mayor de 56	Casado(a)	Superior Incompleta	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
20	55	De 37 a 55 años	Casado(a)	Secundaria Completa	0,50	Orgánico	Si	01 vez al mes
21	67	Mayor de 56	Divorciado	Secundaria Completa	0,75	Orgánico	Si	01 vez al mes
22	67	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Incompleta	0,50	Orgánico	Si	01 vez al mes
23	60	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Incompleta	2,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
24	67	Mayor de 56	Casado(a)	Superior Incompleta	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
25	55	De 37 a 55 años	Casado(a)	Secundaria Completa	0,50	Orgánico	Si	01 vez al mes
26	65	Mayor de 56	Divorciado	Superior Completa	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
27	67	Mayor de 56	Divorciado	Secundaria Completa	0,75	Orgánico	Si	01 vez al mes
28	62	Mayor de 56	Divorciado	Superior Incompleta	2,00	Convencional	No	01 vez al mes
29	70	Mayor de 56	Casado(a)	Superior Completa	8,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
30	46	De 37 a 55 años	Casado(a)	Superior Completa	3,20	Orgánico	No	01 vez al mes
31	67	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Incompleta	0,50	Orgánico	Si	01 vez al mes
32	67	Mayor de 56	Casado(a)	Superior Completa	9,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
33	60	Mayor de 56	Soltero	Primaria Completa	2,00	Agroecológico	No	01 vez al mes
34	65	Mayor de 56	Soltero	Superior Completa	3,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
35	55	Mayor de 56	Soltero	Secundaria Incompleta	1,00	Orgánico	Si	Cada seis meses
36	43	De 37 a 55 años	Conviviente	Técnico	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
37	80	Mayor de 56	Casado(a)	Primaria Incompleta	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
38	63	Mayor de 56	Soltero	Primaria Completa	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
39	80	Mayor de 56	Casado(a)	Analfabeto	2,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
40	67	Mayor de 56	Casado(a)	Primaria Incompleta	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
41	62	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Completa	3,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
42	57	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Completa	3,00	Agroecológico	No	01 vez al mes
43	66	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Completa	0,50	Agroecológico	No	01 vez al mes
44	75	Mayor de 56	Divorciado	Superior Incompleta	0,50	Orgánico	Si	01 vez al mes
45	60	Mayor de 56	Casado(a)	Secundaria Incompleta	2,00	Orgánico	Si	01 vez al mes
46	65	Mayor de 56	Divorciado	Secundaria Completa	1,00	Orgánico	Si	01 vez al mes

Productor	P03 Participación	P04 Razones limitan participacion	P05 Beneficio	P06 Interes continuar	P07 Importancia	P08 Perspectiva solución	P09 Interes pertenecer	P10 Concepto
1	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
2	Regular	Ausencia de P	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
3	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
4	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
5	Muy Bueno	Bajo Volumen	Compra de P	Si	Importante	Si	Si	Bueno
6	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
7	Muy Bueno	Escaso vision c	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
8	Regular	Ausencia de re	Donacion de	teresa, pero c	Importante	Si	Si	Bueno
9	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
10	Malo	Ausencia de P	Mejor precio	No	Importante	Si	Si	Bueno
11	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Importante	No sabe	Si	Bueno
12	Regular	Ausencia de P	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
13	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Muy Important	Si	Si	Bueno
14	Bueno	Bajo Volumen	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
15	Malo	Ausencia de P	Donacion de	Si	Muy Important	No	Si	Bueno
16	Muy Bueno	Ausencia de re	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
17	Bueno	Ausencia de P	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
18	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
19	Muy Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
20	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
21	Regular	Escaso vision c	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
22	Malo	Ausencia de re	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
23	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Altamente imp	Si	Si	Bueno
24	Muy Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
25	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
26	Muy Bueno	Ausencia de re	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
27	Regular	Escaso vision c	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
28	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Muy Important	Si	Si	Bueno
29	Bueno	Bajo Volumen	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
30	Malo	Ausencia de P	Donacion de	Si	Muy Important	No	Si	Bueno
31	Malo	Ausencia de re	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
32	Bueno	Ausencia de P	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
33	Malo	Ausencia de P	Mejor precio	No	Importante	Si	Si	Bueno
34	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
35	Regular	Ausencia de re	Donacion de	teresa, pero c	Importante	Si	Si	Bueno
36	Regular	Ausencia de P	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
37	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
38	Muy Bueno	Escaso vision c	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
39	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
40	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
41	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
42	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
43	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Importante	No sabe	Si	Bueno
44	Regular	Ausencia de P	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
45	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Altamente imp	Si	Si	Bueno
46	Muy Bueno	Bajo Volumen	Compra de P	Si	Importante	Si	Si	Bueno

Productor	P03 Participación	P04 Razones limitan participacion	P05 Beneficio	P06 Interes continuar	P07 Importancia	P08 Perspectiva solución	P09 Interes pertenecer	P10 Concepto
1	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
2	Regular	Ausencia de P	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
3	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
4	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
5	Muy Bueno	Bajo Volumen	Compra de P	Si	Importante	Si	Si	Bueno
6	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
7	Muy Bueno	Escaso vision c	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
8	Regular	Ausencia de re	Donacion de	teresa, pero c	Importante	Si	Si	Bueno
9	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
10	Malo	Ausencia de P	Mejor precio	No	Importante	Si	Si	Bueno
11	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Importante	No sabe	Si	Bueno
12	Regular	Ausencia de P	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
13	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Muy Important	Si	Si	Bueno
14	Bueno	Bajo Volumen	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
15	Malo	Ausencia de P	Donacion de	Si	Muy Important	No	Si	Bueno
16	Muy Bueno	Ausencia de re	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
17	Bueno	Ausencia de P	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
18	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
19	Muy Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
20	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
21	Regular	Escaso vision c	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
22	Malo	Ausencia de re	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
23	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Altamente imp	Si	Si	Bueno
24	Muy Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
25	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
26	Muy Bueno	Ausencia de re	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
27	Regular	Escaso vision c	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
28	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Muy Important	Si	Si	Bueno
29	Bueno	Bajo Volumen	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
30	Malo	Ausencia de P	Donacion de	Si	Muy Important	No	Si	Bueno
31	Malo	Ausencia de re	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
32	Bueno	Ausencia de P	Capacitación	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
33	Malo	Ausencia de P	Mejor precio	No	Importante	Si	Si	Bueno
34	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
35	Regular	Ausencia de re	Donacion de	teresa, pero c	Importante	Si	Si	Bueno
36	Regular	Ausencia de P	Asistencia te	Si	Muy Important	Si	Si	Regular
37	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
38	Muy Bueno	Escaso vision c	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
39	Bueno	Ausencia de re	Mejor precio	Si	Importante	Si	Si	Bueno
40	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
41	Malo	Ausencia de re	Donacion de	Si	Importante	Si	Si	Bueno
42	Regular	Escaso vision c	Donacion de	Si	Muy Important	Si	Si	Bueno
43	Malo	Ausencia de re	Apoyo Econo	No	Importante	No sabe	Si	Bueno
44	Regular	Ausencia de P	Capacitación	Si	Importante	Si	Si	Bueno
45	Regular	Ausencia de re	Capacitación	Si	Altamente imp	Si	Si	Bueno
46	Muy Bueno	Bajo Volumen	Compra de P	Si	Importante	Si	Si	Bueno

Productor	P11 Conocimiento	P12A Problema abastecimiento	P12B Problema producción	P12C Problema comercialización	P12D Problema financiamiento	OE_p13	OE_p14
1	Si	Escaso capital de t	Escasa Manc	Escasa Articulaci	Altos Costos en l	Mayorista	Casi nunca
2	Si	Altos Costos de Ma	Escasa Manc	Ausencia de Sist	Altos Costos en l	Minorista	Nunca
3	Si	Escaso capital de t	Escasa Manc	Bajo precio de los p	No requiere crédito	Empresas	Nunca
4	No	Escases de materia	Factores Clin	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
5	No	Escases de materia	Escasa Manc	Ausencia de Sist	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
6	No	Altos Costos de Ma	Factores Clin	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
7	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
8	No	Escases de materia	Escaso abas	Ausencia de Sist	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
9	No	Escases de materia	Factores Clin	Bajo precio de los p	No requiere crédito	Empresas	Nunca
10	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	No requiere crédito	Empresas	Algunas veces
11	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Minorista	Algunas veces
12	Si	Escases de materia	Factores Clin	Bajo precio de los p	No es sujeto a cr	Empresas	Nunca
13	No	Disminución de la c	Factores Clin	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Mayorista	Casi siempre
14	Si	Escaso capital de t	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
15	No	Escaso capital de t	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
16	Si	Escases de materia	Escaso abas	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
17	Si	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
18	Si	Altos Costos de Ma	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
19	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
20	Si	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
21	No	Altos Costos de Ma	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
22	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
23	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
24	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
25	Si	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
26	Si	Escases de materia	Escaso abas	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
27	No	Altos Costos de Ma	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
28	No	Disminución de la c	Factores Clin	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Mayorista	Casi siempre
29	Si	Escaso capital de t	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
30	No	Escaso capital de t	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
31	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
32	Si	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
33	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	No requiere crédito	Empresas	Algunas veces
34	Si	Escaso capital de t	Escasa Manc	Bajo precio de los p	No requiere crédito	Empresas	Nunca
35	No	Escases de materia	Escaso abas	Ausencia de Sist	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
36	Si	Altos Costos de Ma	Escasa Manc	Ausencia de Sist	Altos Costos en l	Minorista	Nunca
37	No	Altos Costos de Ma	Factores Clin	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
38	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
39	No	Escases de materia	Factores Clin	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
40	No	Escases de materia	Factores Clin	Bajo precio de los p	No requiere crédito	Empresas	Nunca
41	Si	Altos Costos de Ma	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
42	Si	Escaso capital de t	Escasa Manc	Escasa Articulaci	Altos Costos en l	Mayorista	Casi nunca
43	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Minorista	Algunas veces
44	Si	Escases de materia	Factores Clin	Bajo precio de los p	No es sujeto a cr	Empresas	Nunca
45	No	Escases de materia	Escasa Manc	Bajo precio de los p	Altos Costos en l	Empresas	Nunca
46	No	Escases de materia	Escasa Manc	Ausencia de Sist	Altos Costos en l	Empresas	Nunca

Productor	OE_p15	OE_p16	OE_p17	OE_p18	OE_p19	OE_p20
1	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Casi nunca
2	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Muy interesante	No	Algunas veces
3	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Siempre
4	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
5	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces
6	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
7	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
8	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Siempre
9	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces
10	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
11	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
12	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Siempre
13	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Nunca
14	De 7 a 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Casi siempre
15	De 3 a 4 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	Si	Algunas veces
16	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
17	Mas de 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
18	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
19	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
20	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Algunas veces
21	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Casi siempre
22	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Muy inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
23	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
24	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
25	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Algunas veces
26	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
27	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Casi siempre
28	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Nunca
29	De 7 a 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Casi siempre
30	De 3 a 4 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	Si	Algunas veces
31	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Muy inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
32	Mas de 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
33	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
34	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Siempre
35	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Siempre
36	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Muy interesante	No	Algunas veces
37	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
38	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
39	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
40	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces
41	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
42	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Casi nunca
43	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
44	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Siempre
45	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
46	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces

Productor	OE_p15	OE_p16	OE_p17	OE_p18	OE_p19	OE_p20
1	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Casi nunca
2	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Muy interesante	No	Algunas veces
3	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Siempre
4	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
5	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces
6	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
7	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
8	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Siempre
9	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces
10	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
11	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
12	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Siempre
13	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Nunca
14	De 7 a 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Casi siempre
15	De 3 a 4 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	Si	Algunas veces
16	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
17	Mas de 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
18	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
19	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
20	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Algunas veces
21	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Casi siempre
22	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Muy inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
23	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
24	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
25	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Algunas veces
26	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
27	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Poco interesante	No	Casi siempre
28	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Nunca
29	De 7 a 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Casi siempre
30	De 3 a 4 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Interesante	Si	Algunas veces
31	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Muy inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
32	Mas de 8 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi siempre
33	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
34	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Siempre
35	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Siempre
36	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Algo conforme	Muy interesante	No	Algunas veces
37	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
38	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Casi nunca
39	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
40	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces
41	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Algunas veces
42	De 3 a 4 topos	En desacuerdo	Inconforme	Interesante	No	Casi nunca
43	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi nunca
44	De 0.5 a 2 topos	En desacuerdo	Algo conforme	Interesante	No	Siempre
45	De 0.5 a 2 topos	Totalmente en desacuerdo	Inconforme	Algo interesante	No	Casi siempre
46	De 0.5 a 2 topos	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo conforme	Algo interesante	No	Algunas veces

Productor	OE_p21	OE_p22	OE_p23	OE_p24	OE_p25	OE_p26
1	Nunca	Interesante	Interesante	De acuerdo	Calidad	No
2	Casi nunca	Muy interesante	Muy interesante	De acuerdo	Calidad	Si
3	Siempre	Muy interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Precio	Si
4	Casi nunca	Poco interesante	Algo interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Desconoce
5	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
6	Nunca	Poco interesante	Algo interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
7	Nunca	Muy interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Forma de producción	Si
8	Nunca	Interesante	Interesante	Totalmente de acuerdo	Calidad	Si
9	Casi nunca	Algo interesante	Poco interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
10	Casi nunca	Algo interesante	Interesante	En desacuerdo	Calidad	No
11	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	No
12	Casi nunca	Interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	No
13	Nunca	Muy interesante	Muy interesante	De acuerdo	Volumen	No
14	Nunca	Muy interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
15	Nunca	Interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
16	Casi nunca	Interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
17	Nunca	Interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
18	Casi nunca	Interesante	Muy interesante	En desacuerdo	Calidad	Si
19	Casi nunca	Muy interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
20	Nunca	Interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
21	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
22	Casi nunca	Interesante	Algo interesante	En desacuerdo	Calidad	Si
23	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
24	Casi nunca	Muy interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
25	Nunca	Interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
26	Casi nunca	Interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
27	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
28	Nunca	Muy interesante	Muy interesante	De acuerdo	Volumen	No
29	Nunca	Muy interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
30	Nunca	Interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
31	Casi nunca	Interesante	Algo interesante	En desacuerdo	Calidad	Si
32	Nunca	Interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
33	Casi nunca	Algo interesante	Interesante	En desacuerdo	Calidad	No
34	Siempre	Muy interesante	Muy interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Precio	Si
35	Nunca	Interesante	Interesante	Totalmente de acuerdo	Calidad	Si
36	Casi nunca	Muy interesante	Muy interesante	De acuerdo	Calidad	Si
37	Nunca	Poco interesante	Algo interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
38	Nunca	Muy interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Forma de producción	Si
39	Casi nunca	Poco interesante	Algo interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Desconoce
40	Casi nunca	Algo interesante	Poco interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
41	Casi nunca	Interesante	Muy interesante	En desacuerdo	Calidad	Si
42	Nunca	Interesante	Interesante	De acuerdo	Calidad	No
43	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	No
44	Casi nunca	Interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	No
45	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si
46	Nunca	Algo interesante	Interesante	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Calidad	Si

ANEXO 03

MATERIAL FOTOGRÁFICO DEL PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Ilustración 1 : Anexo de Miraflores



Ilustración 2: Orégano cultivado en Chiguata



Ilustración 3: Lugar de Acopio Anexo Cari Cari



Ilustración 4: Lugar de Acopio Anexo Santa María



Ilustración 5: Lugar de reuniones y Acopio Anexo Miraflores

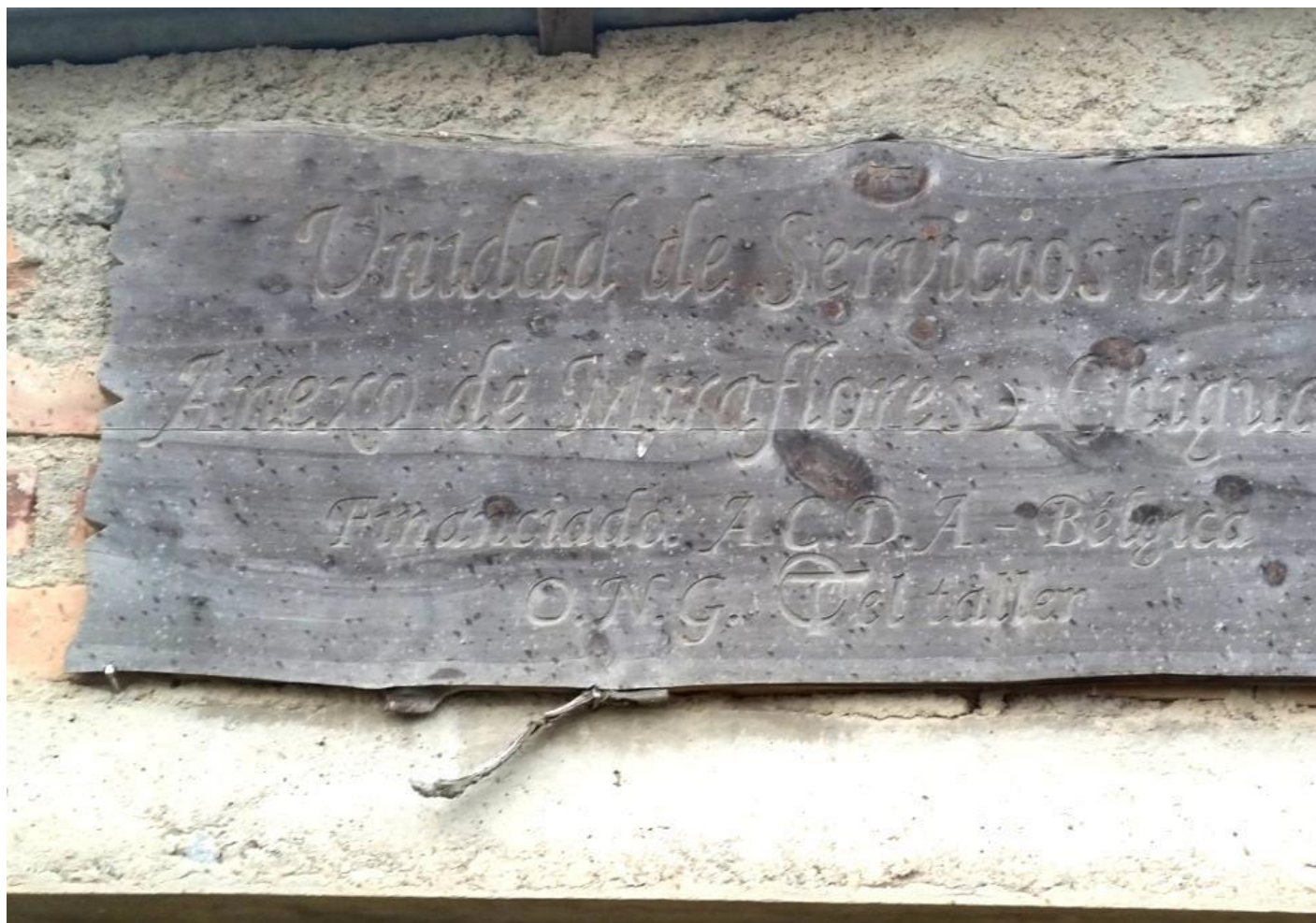


Ilustración 6: Andenería de Chiguata (orégano)



Ilustración 7: Lluvia de Enero en Chiguata



Ilustración 8: Feria Dominical Plaza de Chiguata, Asociación de Productores Ecológicos para la Agroexportación de Chiguata Arequipa (ASPEPACHA)



Ilustración 9: Control Siembra de Orégano

SIEMBRA ORÉGANO

200kg de PROYECTO 200kg de PROYECTO

MARZO 2012

DIA MES	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
23 03	x combustible	J.M.	5	45	225
	x compra fertilizante	Galón	3.2	11.25	36
	x " " " " "	litro	6	1.66	10
	x pago transporte	J.M.			500
24 03	x combustible	J.M.	5	45	225
	x compra fertilizante	Galón	3.2	11.25	36
	x " " " " "	litro	6	1.66	10
26 03	x combustible	J.M.	2	45	90
28 03	x pago gasolina	J.M.	5	70	350
	x siembra	J.M.	14	45	630
	x compra gasolina	litro	18	1	18
	x " " " " "	Galón	3.2	1.25	40
	x pago Gasolina	litro	200	3	600
	x " " " " "				10
29 03	x pago siembra	J.M.	12	45	540
	Gasolina de Orégano	200kg x 2		200	200
	litro	litro	1	125	125
	Monte fumigadora	dia	3	20	60
	Gasolina de Orégano		8	50	400
	Gasolina de Orégano		40	40	1600
	Gasolina		40	40	1600
	Foliar fumigadora	litro	1	40	40
	productos	litro	1	200	200
	pago de transporte	litro	10	125	1250
	Gasolina	litro	1	30	30
					2000



Ilustración 10: Control Siembra de Orégano, Insumos y riegos

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
A	Siembra										
B	recursos tecnológicos										
	- Software										
	- Herramientas										
	- Software										
	- Abonamiento y Amonestación										
	" Follos 1										
	" " 2										
C	Insumos										
	- Cuanto de conal	20									
	- " de Isla	10									
	- Humus de hombre	20									
	- Ciel										
	- hombre bompunto										
	- otros	15									
D	Riegos 1°										
	2°										
	3°										
E	Protección Fitosanitaria										
F	Cosecha										
G	Post cosecha										
H	Comercialización										



Ilustración 11: Método de control de las Cosechas según la Fase Lunar



Ilustración 12: Actividades durante el Cultivo según Fase Lunar

Actividades durante el cultivo

A	-	Lanciamiento cultural					
	-	Guano					
	-	Aplicación					
	-	Abonamiento					
	-	Amontono					
	-	Aplicación Foliar					
B	-	Luzes					
	-	Guano de Corral					
	-	Guano de Pila					
	-	Hormas de hormigón					
	-	Red					
	-	Ta de Huesos					
	-	Gallinero					
C	-	Luz					
D	-	Preservación Fillosantosa					
	-	Producto					
	-	Aplicación					
E	-	Bozacha					
	-	De Huesos					
	-	Boz					
	-	Ta de Huesos					
	-	Clasificación					
	-	Embudo y Pesca					

