

Nivel de conocimiento de la distribución física internacional en la comunidad campesina de Picoy-Perú, 2021

Level of knowledge of international physical distribution in the peasant community of Picoy-Perú, 2021

Tania Joanna, Medina Rojas , Valeria Vanessa, Lara Del Castillo , María Nelly, Castillo Rodríguez  
Universidad Continental, Perú.

Resumen

En el contexto de las comunidades campesinas, su conocimiento y comprensión desempeñan un papel fundamental en la promoción de una participación efectiva en los mercados internacionales. El objetivo de la investigación fue determinar el nivel de conocimiento de la Distribución Física Internacional en la Comunidad de Campesinos de Picoy, 2021. La investigación fue cuantitativa, de tipo descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Como instrumento de recolección de datos se aplicó un cuestionario de 25 ítems en la escala de valoración de Likert, que fue validada por juicio de expertos. La muestra estuvo conformada por 28 campesinos agricultores de la comunidad de Picoy. Para el procesamiento de datos se usó el programa SPSS versión 22, mediante la estadística de Alfa de Cronbach se obtuvo de confiabilidad 0.928. Los resultados evidencian vacíos formativos en la población estudiada. El 82,14% de participantes fueron hombres entre 50 a 59 años (42,86%) con educación secundaria completa (46,43%). Respecto a conocimientos de DFI, más del 60% manifestó no tener nociones sobre contratos de transporte internacional, apoyo para acuerdos comerciales y beneficios de estos acuerdos. Asimismo, el desconocimiento sobre proformas y canales de distribución superó el 45%. En conclusión, la comunidad campesina de Picoy presenta un muy bajo nivel de conocimiento sobre los diversos procesos y herramientas vinculados a la DFI y la exportación. Urge una mayor capacitación e inclusión de los agricultores para democratizar el conocimiento sobre comercio exterior, dinamizar la economía local y aprovechar el potencial productivo de la región.

Palabras clave: Conocimientos, Comunidad Campesina, Distribución Física Internacional, Contratos internacionales.

Abstract

In the context of peasant communities, their knowledge and understanding play a fundamental role in promoting effective participation in international markets. The objective of the research was to determine the level of knowledge of the International Physical Distribution in the Community of Farmers of Picoy, 2021. The research was quantitative, descriptive, non-experimental and cross-sectional in design. As a data collection instrument, a 25-item questionnaire on the Likert rating scale was applied, which was validated by expert judgment. The sample was made up of 28 peasant farmers from the community of Picoy. For data processing, the SPSS version 22 program was used, using Cronbach's Alpha statistics, a reliability of 0.928 was obtained. The results show training gaps in the studied population. 82.14% of participants were men between 50 and 59 years old (42.86%) with completed secondary education (46.43%). Regarding knowledge of DFI, more than 60% stated that they had no knowledge about international transport contracts, support for commercial agreements and benefits of these agreements. Likewise, lack of knowledge about proformas and distribution channels exceeded 45%. In conclusion, the Picoy peasant community presents a very low level of knowledge about the various processes and tools linked to DFI and export. Greater training and inclusion of farmers is urgently needed to democratize knowledge about foreign trade, energize the local economy and take advantage of the productive potential of the region.

Keywords: Knowledge, Peasant Community, International Physical Distribution, International Contracts.

Recibido/Received	18-08-2023	Aprobado/Approved	15-12-2023	Publicado/Published	30-12-2023
-------------------	------------	-------------------	------------	---------------------	------------

Introducción

En el contexto de las comunidades campesinas, el conocimiento y la comprensión desempeñan un papel fundamental en la promoción de una participación efectiva en los mercados internacionales (Sánchez Castillo et al., 2020). La agricultura, siendo un sector vital para cualquier país, no solo proporciona alimento y sustento diario, sino también constituye una fuente significativa de ingresos económicos a nivel nacional (Chávez et al., 2022). Sin embargo, con frecuencia, las empresas que desean expandirse a los mercados internacionales se enfrentan a desafíos relacionados con la falta de acceso a información, la presencia de terminología técnica y el uso de plataformas digitales que les resultan desconocidas (García & García, 2020).

La Distribución Física Internacional, tal como lo expresa Ramírez (2015), es un proceso complejo que implica la planificación, implementación y control del flujo y almacenamiento de bienes desde el punto de origen hasta el punto de consumo. Este proceso involucra múltiples etapas y procedimientos que deben ser comprendidos por quienes desean aventurarse en el ámbito de la exportación.

Elementos esenciales en la exportación son los contratos de compra-venta, de transporte internacional y los convenios, ya que garantizan la correcta transferencia de mercancías y establecen las responsabilidades de todas las partes involucradas. Además, los términos internacionales de comercialización (Incoterms) son fundamentales para establecer las responsabilidades y costos en las transacciones internacionales, mientras que los medios de pago internacionales y los seguros de transporte son esenciales para asegurar la seguridad financiera y logística de las exportaciones (Calderón, 2019). Así mismo, los acuerdos comerciales que son tratados que buscan mejorar las relaciones económicas entre países, desde zonas de preferencia arancelaria hasta la integración económica. Estos acuerdos representan oportunidades significativas para la exportación (Alarco, 2017).

Un ejemplo inspirador proviene de Italia, donde más del 75% de las exportaciones son realizadas por pequeñas y medianas empresas, lo que agrega valor a los productos y, por ende, aumenta las posibilidades de exportación. Como menciona Minervini (2015), la exportación exige un compromiso máximo con conceptos clave como calidad, creatividad, innovación y profesionalidad. Además, el tamaño de la empresa a menudo juega un papel importante en este proceso.

Según el informe de COMEXPERÚ (2019), las exportaciones tradicionales peruanas experimentaron una disminución del 7.4% en 2019, mientras que las no tradicionales aumentaron un 4,2%. En este último grupo, destacan las agro-exportaciones con una participación superior al 7%, el sector pesquero con más del 18,5% y el químico con un porcentaje superior al 3,5%. Este fenómeno sugiere un potencial sin explotar en los productos no tradicionales de Perú (Minervini, 2015).

Sin embargo, los agricultores de estas regiones, a pesar de contar con estudios secundarios completos, a menudo se enfrentan a dificultades para comprender los términos y conceptos utilizados en el ámbito de la exportación, especialmente cuando se dirigen a personas con bajos niveles de educación y recursos económicos (Barcena et al., 2019).

Márquez (2015), ha ejemplificado esta problemática al resaltar la carencia de apoyo y conocimiento en la cadena logística de la exportación en su estudio titulado "Retos de marketing que enfrentan las pequeñas y medianas empresas agrícolas dedicadas al cultivo y comercialización del ají topito en el municipio de Galapa en 2015" (Márquez, 2015).

En un estudio posterior, Heredia (2017), ha revelado que, en su investigación titulada "Análisis del nivel de competencia en negocios internacionales por parte de los encargados de exportaciones en las empresas agroexportadoras de Sullana en 2017," los responsables del área de exportación en las empresas agroexportadoras muestran un conocimiento de nivel medio-bajo en asuntos de comercio internacional.

Por otro lado, en el artículo de López (2021), titulado "Características de la cultura exportadora en los productores de palta Hass en el distrito de Huaylas, Ancash en 2020," se demuestra que los productores de palta Hass en la región de Ancash poseen un nivel bajo de cultura exportadora. Este fenómeno se

atribuye a obstáculos como la educación, la tecnología y la financiación, lo que resalta la importancia de mejorar el conocimiento en estas áreas.

Las investigaciones realizadas por Ramos y Jara (2018), y Quintanilla (2018), se adentran en el desarrollo de planes de negocios y estrategias destinadas a la exportación de productos hacia mercados internacionales, con un enfoque particular en la evaluación de la viabilidad económica y financiera. Estos ejemplos enfatizan la imperiosa necesidad de llevar a cabo investigaciones minuciosas y promover la expansión del conocimiento en el ámbito de la exportación.

Por su parte, la tesis elaborada por Maticurena y Delgado (2016), se enfoca en el emprendimiento y la exportación de arroz en Perú, destacando la crucial importancia de evaluar el nivel de preparación y conocimiento de los agricultores en relación con la exportación. Los resultados de esta investigación concluyen que la capacitación desempeña un papel fundamental en la mejora de esta situación y proponen la implementación de un manual de exportación como una solución viable.

Es importante destacar que Perú tiene un amplio potencial en productos no tradicionales que a menudo permanece sub-explotado debido a la falta de conocimiento y capacitación. La comunidad campesina en la provincia de Tarma, Junín, ejemplifica esta realidad. Por lo tanto, se propuso como objetivo determinar el nivel de conocimiento de la Distribución Física Internacional en la Comunidad de Campesinos de Picoy en el 2021.

Materiales y métodos

La investigación fue cuantitativa (Hernández & Baptista, 2014) de tipo descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, cuyo objetivo fue determinar el nivel de conocimiento de la Distribución Física Internacional en la Comunidad de Campesinos de Picoy, específicamente en el mes de abril en 2021.

La muestra estuvo conformada por 28 campesinos de la comunidad de Picoy de la Provincia de Tarma en la región de Junín-Perú, quienes expresaron con mucha amabilidad colaborar con la investigación una vez leído el consentimiento informado. Las encuestas se realizaron de manera presencial cumpliendo con el distanciamiento social por la pandemia del COVID-19 del momento, la encuesta no se pudo realizar de manera virtual puesto que los comuneros de Picoy no cuentan con recursos de la tecnología avanzada como internet o un celular de alta gama.

Como instrumento de recolección de datos se aplicó un cuestionario de 25 ítems en la escala de valoración de Likert validado por juicio de expertos, el cual permitió obtener información sociodemográfica y las variables en estudio basado en una escala de medición con puntajes 1= Nada, 2= Poco, 3= Algo, 4= Mucho y 5= Demasiado. Mediante la estadística de Alfa de Cron Bach se obtuvo de confiabilidad 0.928.

Los datos recolectados se almacenaron en Microsoft Excel. Para el procesamiento de datos se usó el programa SPSS versión 25 para cálculo de frecuencias, porcentajes (%) e Intervalos de Confianza (IC 95%). Se utilizaron tablas y figuras para mostrar los resultados de la investigación.

Resultados

En la encuesta aplicada a los 28 campesinos de la comunidad de la región de Junín, se encontró como resultado que 82,14% (23/28) eran del sexo masculino y 17,86% (5/28) del femenino. Dentro del grupo etario, 42,86% (12/28) eran de 50-59 años, 35,71% (10/28) de 60-69 años, 17,86% (5/28) de 70-79 años y 3,57% (1/28) de 40-49 años. En referencia al nivel académico, se pudo evidenciar que 46,43% (13/28) tenían secundaria completa, 25,00% (7/28) secundaria incompleta, 17,86% (5/28) primaria incompleta 7,14% (2/28) Superior técnico y solo 3,57% (1/28) primaria completa respectivamente (Tabla 1).

Respecto al nivel de conocimiento, en relación a los Contratos de Compra y Venta, se observa que la mayoría de los participantes (46,43%, 13/28) indicó tener poco conocimiento, mientras que un 31,75%

(9/28) indicó tener nada de conocimiento. En lo que respecta al Valor de la Mercancía en el Extranjero, la mayoría de los participantes (67,86%, 19/28) señaló tener cierto nivel de conocimiento en este tema, mientras que un 25,00% (7/28) manifestó tener un conocimiento limitado.

Tabla 1. Descripción sociodemográfica de la Comunidad Campesina de Picoy, 2021

Ítem	Descripción	n	Porcentaje (%)	IC 95%
Sexo	Femenino	5	17,86	6,064-39,893
	Masculino	23	82,14	63,107-93,936
Total		28	100,00	87,656-100,00
Edad	40-49	1	3,57	0,090-18,348
	50-59	12	42,86	22,741-62,973
	60-69	10	35,71	16,181-55,248
	70-79	5	17,86	6,064-39,893
	≥80	0	0,00	0,000-12,344
Total		28	100,00	87,656-100,00
Nivel Académico	Primaria Incompleta	5	17,86	6,064-39,893
	Primaria Completa	1	3,57	0,090-18,348
	Secundaria Incompleta	7	25,00	7,176-42,824
	Secundaria Completa	13	46,43	26,170-66,687
	Superior Técnico	2	7,14	0,877-23,503
Total		28	100,00	87,656-100,00

En cuanto a las Proformas, se observa una distribución más equitativa de los conocimientos. Un 46,43% (13/28) de los participantes indicó tener “Poco” conocimiento, mientras que un 25,00% (7/28) afirmó tener “Algo” de conocimiento. En relación al Contrato de Transporte Internacional, 64,29% (18/28) tenían “Nada” de conocimiento en este tema, mientras que un 37,71% (11/28) manifestó tener un conocimiento limitado. En lo que respecta a los Canales de Distribución, se observa que un 50,00% (14/28) de los participantes indicó tener “Poco” conocimiento en este aspecto, mientras que un 35,75% (10/28) mencionó no tener ningún conocimiento al respecto. Finalmente, solo 42,86% (12/28) tenía “Poco” conocimiento sobre los beneficios de los acuerdos comerciales. Estos resultados proporcionan una visión general del nivel de conocimiento de los participantes en relación a los diferentes aspectos mencionados. Cabe destacar que estos datos son una muestra específica y pueden variar en función de la población estudiada (Tabla 2). Así mismo, se pudo conocer que 57,14% (16/28) de los campesinos de Picoy no tenían ningún conocimiento sobre los beneficios de los contratos internacionales y solo 42,86% (12/28) tenían poco conocimiento (Figura 1).

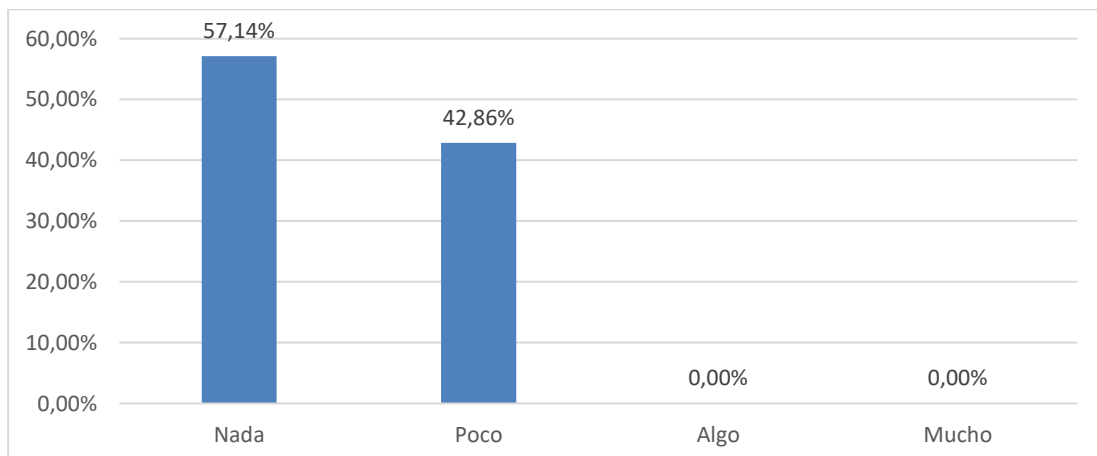


Figura 1. Beneficios de los acuerdos comerciales internacionales

Tabla 2. Nivel de Conocimiento de la distribución física internacional en la comunidad campesina de Picoy-Perú, 2021

Ítem	Descripción	Nada		Poco		Algo		Mucho	
		f _i	%	f _i	%	f _i	%	f _i	%
Nivel de Conocimiento	Contratos de Compra y Venta	9	31,75	13	46,43	3	10,71	2	7,14
	Valor de mercancía en el extranjero	19	67,86	7	25,00	2	7,14	0	0,00
	Proformas	6	21,43	13	46,43	7	25,00	2	7,14
	Contrato de transporte internacional	18	64,29	11	37,71	0	0,00	0	0,00
	Contrato de transporte internacionla obligatorio	18	64,29	7	25,00	3	10,71	0	0,00
	Canales de distribución	10	35,71	14	50,00	4	14,29	0	0,00
	Derechos y obligaciones de los estibadores en un contrato de transporte internacional	22	78,57	6	21,43	0	0,00	0	0,00
	Convenio	10	35,71	11	39,29	7	24,13	1	3,57
	Intervención de un convenio internacional	18	64,29	8	28,57	2	7,14	0	0,00
	Barreras arancelarias	19	67,86	7	25,00	2	7,14	0	0,00
	Medios de transporte	16	57,14	9	32,14	3	10,71	0	0,00
	Incoterms	21	75,00	6	21,43	1	3,57	0	0,00
	Rol de Incoterms	21	75,00	5	17,86	2	7,14	0	0,00
	Responsabilidades y deberes entre en comprador y el vendedor	18	64,29	8	28,57	2	7,14	0	0,00
	Pago internacional	16	57,14	10	35,71	2	7,14	0	0,00
	Elementos de un pago internacional	20	71,43	7	25,00	1	3,57	0	0,00
	Modalidades del pago internacional	16	57,14	11	39,29	1	3,57	0	0,00
	Seguros de transporte internacional	14	50,00	13	46,43	1	3,57	0	0,00
	Circunstancias del seguro de transporte internacional	15	53,57	11	39,29	2	7,14	0	0,00
	Responsabilidad del asegurador en una perdida	16	57,14	9	32,14	3	10,71	0	0,00
Acuerdos comerciales	17	60,71	11	39,29	0	0,00	0	0,00	
Amparo del acuerdo comercial	17	60,71	10	35,71	1	3,57	0	0,00	
Tratado de libre comercio	19	67,86	9	32,14	0	0,00	0	0,00	

f_i: Frecuencia; %: Porcentaje.

Discusión

En el marco de la presente investigación, se han revelado resultados significativos que apuntan a un nivel preocupantemente bajo de conocimiento entre los campesinos de la comunidad de Picoy. Esta investigación arroja luz sobre un aspecto crítico que ha sido subestimado en el contexto peruano, y es la preparación insuficiente que poseen tanto los agricultores como las pequeñas empresas agroexportadoras en un contexto de creciente globalización de los productos agroexportadores, como lo menciona Heredia, (2017). El bajo nivel de conocimiento encontrado entre los campesinos de Picoy resalta la necesidad de abordar esta brecha educativa y promover la capacitación en temas relacionados con la exportación (Nuñez, 2008). Es importante reconocer que los campesinos tienen un valioso conocimiento práctico y experiencia en la producción agrícola, pero carecen de información y habilidades específicas en áreas como la distribución física internacional y la promoción de exportaciones (Nuñez, 2004).

Una de las principales razones detrás de este bajo nivel de conocimiento es la falta de acceso a una educación de calidad en las zonas rurales. Muchos campesinos solo han recibido educación básica regular, lo que limita su capacidad para comprender los aspectos técnicos y comerciales de la exportación.

Es esencial que el Estado y otras organizaciones relevantes implementen programas educativos específicos que se adapten a las necesidades de los agricultores y brinden capacitación en temas como logística, transporte, embalaje y promoción de productos (UNESCO, 2017).

Además de la educación, también es necesario abordar otros desafíos que enfrentan los campesinos en el ámbito de la exportación. Estos incluyen la falta de acceso a tecnología adecuada, como sistemas de riego eficientes y maquinaria agrícola moderna, así como la escasez de financiamiento para invertir en mejoras en la producción y la comercialización. Es fundamental desarrollar políticas y programas que faciliten el acceso a recursos y financiamiento para los agricultores, de modo que puedan mejorar su infraestructura y adoptar prácticas más eficientes en el contexto de la exportación (FAO, 2013).

A pesar de que la globalización de los productos agroexportadores representa un factor de desarrollo social tanto para los agricultores como para las pequeñas empresas agroexportadoras, sorprendentemente, se han realizado escasos estudios que se han enfocado en medir el conocimiento y la capacidad de estos actores para llevar a cabo exportaciones de manera confiable y solvente. En este sentido, el presente estudio encuentra concordancia con investigaciones previas, como la de Heredia (2017), al corroborar que el nivel de conocimiento relacionado con las exportaciones es bajo, tanto entre los agricultores como entre los encargados de las pequeñas empresas agroexportadoras.

La encuesta aplicada con el fin de evaluar el nivel de conocimiento de las dimensiones de la Distribución Física Internacional (DFI) entre los agricultores de la comunidad campesina de Picoy ha permitido cumplir con el objetivo propuesto. Los resultados indican que la mayoría de los agricultores posee un nivel de conocimiento bastante limitado sobre las dimensiones de la DFI. Muchos de ellos desconocen por completo los beneficios, facilidades e incluso la existencia de estas dimensiones. Este hallazgo guarda similitud con la investigación llevada a cabo por Ticona, (2012), quien, mediante un test aplicado a las micro y pequeñas empresas (MYPES) exportadoras de la región Tacna, concluyó que estas presentaban un bajo nivel de conocimiento en lo que respecta a los beneficios de la promoción de exportaciones y al desarrollo de la exportación, aspectos que están intrínsecamente relacionados con la DFI.

La raíz de este bajo nivel de conocimiento sobre la DFI podría estar vinculada al nivel educativo de los agricultores. En su mayoría, estos individuos han cursado únicamente una educación básica regular, que comprende tanto la educación primaria como secundaria. Algunos de ellos no han completado sus estudios en la primaria o secundaria, mientras que solo uno de los encuestados ha obtenido una educación técnica de nivel superior. Estas cifras coinciden con las conclusiones de un estudio previo llevado a cabo por Márquez y Guillermo (2015), quienes concluyeron, tras aplicar encuestas, entrevistas y focus group a campesinos en Galapa, que existe una falta de conocimiento sobre la cadena productiva, la comercialización y la distribución debido a su limitada educación básica regular.

El bajo nivel de conocimiento entre los campesinos se puede atribuir en parte a la falta de acceso a una educación de calidad, que sea necesaria para su desarrollo personal. Además, su estilo de vida en las comunidades rurales, junto con las dificultades para acceder a una educación de calidad, han creado una brecha de conocimiento. En este contexto, el estudio de López (2021), resulta relevante, ya que a través de una evaluación de productores de palta Hass en el distrito de Huaylas-Ancash, se concluye que existe un bajo nivel de cultura exportadora, evidenciando factores limitantes como la falta de educación básica regular proporcionada por el estado, la carencia de tecnología, y la falta de financiamiento.

Para abordar esta problemática, se plantea la necesidad de que los programas de PromPeru y MINCETUR se expandan hacia las zonas rurales, incluyendo productos agrícolas, ganaderos y textiles. Estos programas deberían incentivar y apoyar a los campesinos en sus esfuerzos de exportación. Las entidades encargadas de llevar a cabo estas iniciativas deben ser accesibles y proporcionar el necesario apoyo a los individuos y aliados comerciales en estas áreas.

Además, es importante fomentar la creación de alianzas comerciales entre los campesinos y otros actores del sector agroexportador. Esto puede facilitarse mediante la creación de redes y plataformas que conecten a los productores con compradores internacionales, distribuidores y otros socios comerciales.

Estas alianzas pueden mejorar la visibilidad y competitividad de los productos agrícolas de los campesinos en los mercados internacionales, al tiempo que les brindan oportunidades de aprendizaje y crecimiento.

Es fundamental romper la percepción de que solo las empresas grandes pueden exportar, ya que, con la debida capacitación y apoyo, los agricultores y pequeñas empresas agroexportadoras pueden contribuir significativamente al crecimiento de las exportaciones en el país. La educación de calidad, el acceso a la tecnología y el financiamiento son elementos clave que deben ser fortalecidos para superar los desafíos actuales y maximizar el potencial de las exportaciones en Perú.

Agradecimientos

A nuestra Universidad.

Conflicto de intereses

No se reporta conflicto de intereses.

Referencias

- Alarco, G. (2017). Tratados de libre comercio, crecimiento y producto potencial en Chile, México y Perú. *Economía UNAM*, 14(42), 24-46. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2017000300024&lng=es&tling=es.
- Barcena, A., Cimoli, M., García-Buchaca, R., & Pérez, R. (2019). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0feb5303-f407-41cc-832b-3aefee95eaad/content>
- Calderón, E. A. (2019). Los Incoterms a través de la Autonomía Conflictual. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*, 5(13), 87-114. <https://doi.org/10.32870/dgedj.v0i13.245>
- Chávez, W., Morante, M. A., Cueva, E., Cruz, O., & Chávez, O. (2022). Factores que influyen en el ingreso de las familias agricultoras en Amazonas Perú. *Comunicación*, 13(4), 291-300. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.773>
- FAO. (2013). *Rural Education for Development*. <http://www.fao.org/3/i3176e/i3176e.pdf>
- García, A. M., & García, M. G. (2020). Motivos para la internacionalización y resultados de la empresa de base tecnológica: Construyendo una agenda de apoyo institucional. *Tec Empresarial*, 14 (1), 38-53. <https://dx.doi.org/10.18845/te.v14i1.4954>
- Heredia, P. (2017). *Análisis del nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados de las exportaciones en las empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/26490>
- Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- López, J. (2021). *Características de la cultura exportadora en los productores de palta HASS en el distrito de Huaylas, Ancash 2020*. [Tesis profesional, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/26003>
- Márquez, F. G. (2015). Retos de mercadeo de las pymes agrícolas que cultivan y comercializan ají topito en el municipio de Galapa 2015. *Clío América*, 9 (17), 67 – 76. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5139906.pdf>
- Márquez-Fontalvo, G. A. (2015). Retos de mercadeo de las PYMES agrícolas que cultivan y comercializan ají topito en el municipio de Galapa 2015. *CLIO América*, 9(17), 67. <https://doi.org/10.21676/23897848.1482>

- Minervini, N. (2015). Ingeniería de la exportación: la ruta para internacionalizar su empresa. Madrid: Fundacion Confemental. Perú. COMEX PERU. <https://www.comexperu.org.pe/articulos#:~:text=En%202019%2C%20las%20exportaciones%20tradicionales,y%20el%2091.6%25%20del%20rubro.>
- Núñez, J. (2004). Los saberes campesinos: Implicaciones para una educación rural. *Investigación y Postgrado*. 19(2), 13-60. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872004000200003&lng=es&tlng=es
- Núñez, J. (2008). Prácticas sociales campesinas: Saber local y educación rural. *Investigación y Postgrado*. 23(2), 45-88. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872008000200003&lng=es&tlng=es
- Quintanilla, A. Z. (2018). *Plan de exportación de arándano deshidratado*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura]. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1679>
- Ramírez, A. C. (2015). Logística comercial internacional. En A. C. Ramírez, Logística comercial internacional (pág. 368). Barranquilla: Ecoe Ediciones. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/07/Logistica-Comercial-Internacional.pdf>
- Ramos, M. A., & Jara, L. A. (2018). *Plan de negocio para el acopio e industrialización de jugo concentrado de jengibre orgánico en la región Junín al mercado de Alemania*. [Tesis de Magíster. Universidad ESAN]. <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/2005>
- Sánchez Castillo, V., Gómez Cano, C. A., & Millán Rojas, E. E. (2020). Dinámica del funcionamiento y retos del mercado campesino Coopmercasan de Florencia (Caquetá). *Investigación & Amp; Desarrollo*. 28(2), 22–56. <https://doi.org/10.14482/INDES.28.2.330.122>
- Ticona, R. M. L. (2012). Influencia de la promoción de exportaciones en el desarrollo Exportador de las MYPES de la Región TacNA, periodo 2008 – 2009. *Veritas et scientia*. 1(1), 17-22. <https://doi.org/10.47796/ves.v1i01.349>
- UNESCO. (2017). *Education for Rural Development: Towards New Policy Responses*. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248254E.pdf>