



UNIVERSIDAD NACIONAL "PEDRO RUIZ GALLO"

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
Y CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS:

**"Propuesta para Mejorar la Competitividad de los Pequeños
Productores del Valle Viejo de Olmos".**

AUTORAS:

Bach. Gonzales Sialer Susan Katherine

Bach. Martínez Paz Yanitza Maricielo Elizabeth.

ASESOR:

Mg. Vela Meléndez Lindon.

Lambayeque - Perú 2018

Gonzales Sialer Susan Katherine.
AUTORA

Martínez Paz Yanitza Maricielo Elizabeth
AUTORA

Mg. Vela Meléndez Lindon.
ASESOR

Lic. Adm. José Echeverría Jara
PRESIDENTE

Econ. Marino Eneque Gonzales
SECRETARIO

Lic. Adm. Aurelio Sánchez Gamarra
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía y otorgarme la gracia
para la obtención de este logro profesional.

A mi madre Susana Sialer Campos por toda su dedicación,
gran esfuerzo y paciencia;
y a mi gran familia por su amor, confianza y apoyo incondicional.

Susan Katherine

Esta tesis se la dedico a Jehová Dios porque
sin Él nada sería posible.

De manera especial a mi madre Mirtha Paz,
por su sacrificio y entrega.

A mis abuelos César y Bertha, a mi padre Marco Martínez
a mis hermanos Marco y Antonella
y a la persona que amo; que siempre
están apoyándome incondicionalmente.

Yanitza Maricielo

AGRADECIMIENTO

Agradecemos al Jurado Examinador del presente trabajo.

A nuestro asesor Mg. Vela Meléndez Lindon por el apoyo y el asesoramiento desinteresado, sin el cual la culminación del presente trabajo no habría sido posible.

A la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo por abrirnos sus puertas a nuestra formación profesional.

A cada una de las personas que nos apoyaron en el desarrollo de la presente tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen	IX
Abstract.....	X
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1. Situación problemática	12
1.2. Formulación del Problema.....	15
1.3. Hipótesis	15
1.4. Objetivo	15
CAPITULO II: MARCO TEORICO	16
2.1. Antecedentes del Problema.....	16
2.1.1. Internacional	16
2.1.2. Nacional.....	18
2.1.3. Local.....	19
2.2. Base teórica.....	20
2.2.1. Desarrollo económico local.	20
2.2.2. Competitividad.....	28
2.3. Base Conceptual.....	31
2.3.1. Innovación	31
2.3.2. Ventaja competitiva.....	33
2.3.3. Competitividad agrícola.	34
2.3.4. Asociatividad.	38
2.3.5. Asociatividad agraria.....	43
2.3.6. Cadena Productiva	46
2.3.7. Cadena de Valor.....	50
2.3.8. Clúster.....	55

2.3.9. Responsabilidad Social.....	56
2.3.10. Valor Compartido	58
CAPITULO III: METODOLOGÍA	61
3.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	61
3.2. Sujetos de la Investigación	61
3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	62
a) Análisis de documentos.....	62
c) Entrevistas.....	62
3.4. Operacionalización de variables	63
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	65
4.1. Situación actual de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.....	65
4.2. Oportunidades de desarrollo ante el Proyecto Especial Olmos Tinajones (PEOT)	71
4.3. Oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales para el cultivo alternativo de banano orgánico.	73
4.4. La cadena productiva del banano orgánico en el Valle Viejo de Olmos.	76
4.4.1. Información de las instituciones públicas para mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.	78
4.5. Discusión.....	82
CAPITULO V: PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL VALLE VIEJO DE OLMOS.....	84
5.1. Acciones para mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.	84
5.2. Esquema de la propuesta.....	88
Conclusiones	95
Recomendaciones.....	96
Referencias.....	97
Anexos:	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Oportunidad de negocio con empresas nacionales	73
Tabla 2 Oportunidad de negocio con cooperativas nacionales	74
Tabla 3 Oportunidad de negocio con asociaciones nacionales.....	75
Tabla 4 Oportunidades de negocio en mercados internacionales	76
Tabla 5 Producción nacional de banano en el 2015 en toneladas	77
Tabla 6 Cosecha y producción de banano orgánico	77
Tabla 7 Rendimiento por hectárea del banano orgánico en Lambayeque	77
Tabla 8 Acciones para el gobierno local.....	84
Tabla 9 Acciones para instituciones públicas	85
Tabla 10 Estrategias para instituciones privadas	86
Tabla 11 Estrategias para universidades	87

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Atributos para la ventaja competitiva de una nación, condiciones y requerimientos para el sector agropecuario	36
Cuadro 2 Diferencias entre la cadena de valor y la cadena productiva.....	54
Cuadro 3 Operacionalización de variables	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Determinantes de la competitividad sistémica.....	29
Figura 2. Las cinco estrategias genéricas	34
Figura 3. Rol del Estado para la Promoción del Desarrollo Económico	40
Figura 4. Modelo General de la Cadena Productiva.....	47
Figura 5. Concepción original de la cadena productiva en el sector agrícola.....	49
Figura 6. Cadena genérica de valor.....	52
Figura 7. Diseño de la investigación.....	61
Figura 8 ¿Se ha constituido como agente participante en su municipio local?	65

Figura 9 Perspectiva de la gestión municipal y presupuesto participativo.....	66
Figura 10 Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.	67
Figura 11 ¿Qué producto cultivan sus agricultores?.....	67
Figura 12 ¿Cuán dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo?.....	68
Figura 13 ¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?	68
Figura 14 ¿Cómo se están abasteciendo de agua?.....	69
Figura 15 ¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?.....	69
Figura 16 ¿Qué empresas los han apoyado para ser más competitivos?.....	70
Figura 17 ¿De qué instituciones han recibido apoyo?.....	70
Figura 18 ¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?	71
Figura 19 ¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?.....	72
Figura 20 ¿Qué programas del PEOT les han generado mayores beneficios?.....	72
Figura 21 ¿Qué proyectos del PEOT les han generado mayores beneficios?	73
Figura 22 Cadena productiva del banano orgánico de Olmos	78
Figura 23 Hasta la fecha, ¿Qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?..	79
Figura 24 ¿Qué medidas orientadas a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?	80
Figura 25 ¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?.....	80
Figura 26 ¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propio los predios?.....	81
Figura 27 ¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?	81
Figura 28 ¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?	82

Resumen

Los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos presentan diversos problemas como la titularización de las tierras, la débil cultura asociativa, la atomización de la tierra, entre otros; los cuales evidencian su baja competitividad; es por ello que el objetivo de la investigación es diseñar una propuesta que contribuya a mejorar su competitividad. El sustento teórico se basa en la teoría del desarrollo económico local y de la competitividad, además se apoya en los conceptos de innovación, ventaja competitiva, asociatividad, cadena productiva, cadena de valor, clúster y responsabilidad social, que serán de utilidad para la comprensión de la situación actual y el desarrollo de la propuesta.

El paradigma en el cual se enmarca la investigación es el paradigma interpretativo, llamado también mixto, es de tipo estudio de casos, que busca comprender la percepción de la realidad de los actores involucrados en el tema de investigación. Para el desarrollo de la investigación se siguió las siguientes fases: 1) recolección de información secundaria, 2) diseño de instrumentos y herramientas, 3) trabajo de campo, 4) procesamiento y análisis de la información, 5) diseño de la propuesta. Siendo los métodos y técnicas a utilizar el análisis de documentos y entrevistas.

Por último las recomendaciones que sugerimos en la presente investigación es un trabajo conjunto de las instituciones tanto públicas privadas y académicas, tomando en cuenta las 25 propuestas de acciones planteadas en el desarrollo de la investigación, en los cuales si se realiza de una manera adecuada y correcta estamos seguros que darían resultados muy favorables a la mejora de la competitividad de los pequeños productores del valle viejo de Olmos.

Abstract

The small producers of the Old Valley of Olmos present several problems as the securitization of the lands, the cultural culture and the atomization of the land which show their low competitiveness; For the purpose of the research is to design a proposal that contributes to improve its competitiveness. Theoretical basis is based on the theory of local economic development and competitiveness, it is also supported by the concepts of innovation, competitive advantage, associativity, production chain, value chain, cluster and social responsibility, which serves as useful for understanding From the current situation and the development of the proposal.

The paradigm in which research is framed is the interpretative paradigm, also called qualitative, is a case study type, which seeks to understand the perception of the reality of the actors involved in the research topic. For the development of the research the following phases were followed: 1) collection of secondary information, 2) design of instruments and tools, 3) field work, 4) information processing and analysis, 5) proposal design. Being the methods and techniques to use the analysis of documents and interviews

Finally, the recommendations that we suggest in the present investigation is a joint work of the institutions, both public and private, taking into account the 25 proposals for actions proposed in the development of the research, in which if it is carried out in an adequate manner and Correct we are sure that they would give very favorable results to the improvement of the competitiveness of the small producers of the old valley of Olmos.

INTRODUCCIÓN

El principal problema de la presente investigación es ¿De qué modo se puede contribuir a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos? teniendo como objetivo “Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos”.

En el capítulo I, el planteamiento del problema incluye situación problemática, formulación del problema y objetivos.

En el capítulo II, el marco teórico incluye los antecedentes de la investigación, conformado por dos tesis internacionales y tres nacionales; las bases teóricas en función a las variables en estudio.

En el capítulo III, metodología, incluye al enfoque mixto de tipo exploratorio, el cual se basa en recolección de información, intentando comprender el fenómeno como “un todo” a través de la descripción y observación; seguido de un enfoque cuantitativo descriptivo porque se basa en la búsqueda de información relevante del contexto y recolección de datos y procesamiento de información con estadística descriptiva.

En el capítulo IV, se plantea los resultados producto de las entrevistas y encuestas, basado en los primeros cuatro objetivos específicos y respectiva discusión.

En el capítulo V, se plantea la propuesta para mejorar la competitividad de los pequeños productores de Olmos, producto del análisis de resultados.

Finalmente está las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

La agricultura es uno de los sectores más importantes para la economía de los países en desarrollo ya que es la que genera mayor producción interna y empleo para las familias, siendo la base de las exportaciones y del desarrollo rural.

América Latina y el Caribe (ALC) es una de las regiones del mundo donde su economía descansa en la extracción de los recursos naturales, principalmente en las industrias mineras y petrolíferas, de manufactura y agrícolas. Con respecto a la producción agrícola, continúa siendo parte fundamental en la actividad económica de ALC. El 80% de las explotaciones son productos de pequeños agricultores, incluyendo a más de 60 millones de personas, sin embargo aún existen problemas que afectan el desarrollo de este sector. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO, 2014)

Entre los principales problemas se tiene que cerca del 60% de los agricultores se encuentra en una producción de subsistencia, los sistemas productivos son tradicionales y por ende los rendimientos son bajos, recursos limitados en calidad y superficie, un aumento en la atomización de tierras, limitado acceso a fuentes de financiamiento y por ello existen mínimas inversiones en tecnología e infraestructura agrícola. Si a todos estos problemas encontrados paralelamente se le agrega el bajo nivel educación de los productores, la escasa inversión pública en las zonas rurales y la poca existencia de una institución específica que se comprometa a impulsar el desarrollo de este sector, hacen que este sea vulnerable, presentando muchos problemas de producción y productividad, además de impedir que se pueda desarrollar de una manera óptima y competitiva frente a los demás países del mundo. (FAO, 2014)

El Perú es uno de los países que resalta en el sector agropecuario, es un país diverso tanto en clima, relieve, flora y fauna, ventajas comparativas frente a los demás países de América Latina. No obstante, el sector, en el país tiene problemas que no contribuyen a mejorar su competitividad, como por ejemplo: la infraestructura básica que cuenta (carreteras, reservorios, canales de irrigación, telecomunicaciones, energía, drenaje), la falta de capacitación técnico-productivas de los productores, la atomización de los predios agrícolas, problemas de asociatividad, limitado acceso a crédito financiero,

descapitalización de la agricultura, y falta de investigación e innovación agraria. (Vela & Gonzales, 2011)

Entre los departamentos representativos en el sector agropecuario, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2012), son : Amazonas, con una representatividad del 33,1% debido al cultivo de arroz cáscara, yuca, plátano, papa, café y maíz amarillo duro; San Martín (27,3%), por la producción de plátano, arroz cáscara, palma aceitera, maíz amarillo duro, yuca, naranja y café; Apurímac (24,0%), con la producción de papa, alfalfa, maíz amiláceo, olluco, y trigo; Huánuco (23,7%), donde destaca la producción de papa, plátano, yuca, maíz amarillo duro, arroz cáscara, olluco, maíz amiláceo y alfalfa; finalmente Ayacucho con 18,8%, por el cultivo de alfalfa, papa, maíz amiláceo, cebada en grano, maíz choclo, yuca y olluco.

El sector agricultura del departamento de Lambayeque solo aporta el 0.8% al PBI nacional, pero su contribución a la formación del PBI regional es de 16.2 %. Siendo los cultivos predominantes el arroz y caña de azúcar y en menor escala el maíz, hortalizas, las menestras y frutales. Presenta problemas como la escasez del recurso hídrico, en la mayoría de los casos se obtiene agua de tomas rústicas; la débil organización entre productores; la limitada tecnología, entre otros. (Plan Estratégico Regional del Sector Agrario de Lambayeque 2009 -2015)

Olmos es el distrito más extenso de la provincia de Lambayeque, posee tierras fértiles pero enfrenta un problema común en el departamento que es la escasez de agua. Con el fin de poder aprovechar el potencial de esas tierras y de generar un nuevo polo de desarrollo económico en la región norte, que contribuya a mejorar las condiciones de vida de la población, se instaura el Proyecto Especial Olmos Tinajones, que al transvasar los recursos hídricos de la vertiente del Océano Atlántico hacia la vertiente del Océano Pacífico genera energía eléctrica y la irrigación de las tierras áridas con condiciones climáticas favorables para la producción agrícola, permitiendo ampliar la frontera agrícola en 43,500 hectáreas en su primera etapa, de las cuales 38,000 están destinadas a la actividad agroexportadora y agroindustrial de gran escala y 5,500 para la actividad agrícola de los agricultores del Valle Viejo.

El Valle Viejo de Olmos es parte de la Comunidad Campesina Santo Domingo de Olmos, que está conformada por 185 poblaciones, entre caseríos, anexos, sectores, centros

poblados y una ciudad (Olmos). Según las proyecciones de INEI al 2015 el distrito cuenta con una población de 40,642 habitantes, con un índice de pobreza al 2013 de 34,7%. Con respecto a la agricultura, que es una de sus principales actividades económicas, actualmente es realizada a pequeña y mediana escala; con cultivos como maíz amarillo, mango, maracuyá y frijol; el riego es por gravedad, provisto por las aguas del Río Olmos durante las temporadas de lluvia (enero – abril) y de pozos para aprovechar el agua subterránea.

A partir de la implementación de la primera etapa del Proyecto Olmos se espera que las 5,500 has. tengan agua presurizada para el riego, lo que contribuye a superar uno de los principales problemas como lo es la escasez de agua y mejorar las condiciones de vida de los pequeños agricultores. Sin embargo ello no es suficiente, ya que la actividad productiva se está desarrollando en un contexto más competitivo por la intervención agroindustrial en la zona, lo que requerirá niveles más altos de productividad, razón que refleja la necesidad de mejorar el nivel competitivo de los agricultores de la zona.

Para lograrlo es necesario superar problemas que impiden el correcto desarrollo de una agricultura competitiva y sostenible, como la titularización de las tierras, la mayoría de predios cuentan con posesión comunal esto significa que no poseen un título de propiedad lo que hace casi imposible que las entidades financieras los apoyen brindándoles algún tipo de préstamo.

La débil cultura asociativa y la atomización de la tierra, son otros problemas a superar. Es así que, para efectos de irrigación con el Proyecto Olmos ha sido dividido en nueve bloques el área beneficiada. En la primera etapa, serán irrigados cinco, cubriendo 5,500 has., en las cuales hay aproximadamente 437 agricultores organizados, es decir, forman parte de alguna de las 19 asociaciones conformadas, pero cabe recalcar que no todas estas se encuentran operando efectivamente organizadas como asociación. Por otro lado, según el empadronamiento realizado por la Junta de Usuarios de Riego de Olmos, se obtuvo que el 72% de los agricultores poseen parcelas menores a 10 has., el 18% tienen entre 10 y 20 has., y sólo el 11% poseen más de 20has., lo que refleja la atomización de las tierras. (Proyecto Especial Olmos Tinajones, s.f.)

Lo antes mencionado difícilmente puede ser superado sólo por el productor, se requiere de una estructura de apoyo que facilite el desarrollo de capacidades. Por ello la

investigación se orienta a diseñar una alternativa en la cual estén involucrados el sector privado, público y academia, tres estructuras básicas que para contribuir a mejorar la competitividad de los pequeños agricultores del Valle Viejo de Olmos.

1.2. Formulación del Problema

¿De qué modo se puede contribuir a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos?

1.3. Hipótesis

Mejorar la competitividad de los pequeños productores a través de la articulación de las instituciones privadas, públicas y académicas, para que los agricultores tengan los recursos necesarios.

1.4. Objetivo

Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.

1.1.1. Objetivos específicos.

- Analizar la situación actual de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.
- Identificar las oportunidades de desarrollo ante el Proyecto Olmos Tinajones para los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.
- Identificar las oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales para el cultivo alternativo de banano orgánico.
- Analizar la cadena productiva del banano orgánico en el Valle Viejo de Olmos.
- Proponer acciones desde el sector público, privado y academia para mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del Problema

2.1.1. Internacional

a) Competitividad de pequeños productores agrícolas indígenas (SP/TC-O 105020-GU)

El Centro Municipal de Servicios para el Desarrollo Agroindustrial de Sumpango (CEMUSDA) en Guatemala se ha organizado para apoyar a los pequeños productores agrícolas ayudándolos a superar algunos de los problemas que presentan.

La realización del proyecto “Competitividad de pequeños productores agrícolas indígenas” tiene como objetivo primordial la mejora del sector socioeconómico de los pequeños productores agrícolas de Chimaltenango y Sacatepéquez, partiendo por el desarrollo en el mejoramiento de la producción de cultivos no tradicionales, el fomento de actividades de valor agregado, adecuado financiamiento para la producción y comercialización de los productos.

Asimismo, los objetivos específicos de este proyecto son incrementar accesos para los pequeños productores agrícolas a fuentes de financiamiento para una mejor producción y comercialización de los cultivos no tradicionales, mejorar aspectos como la calidad y productividad en el cultivo de productos, aumentar el valor agregado de los cultivos mediante mejoras continuas en los sistemas de acopio, procesamiento, postcosecha y su respectiva comercialización y por último el fortalecimiento de la capacidad institucional y sostenible de Centro Municipal de Servicios para el Desarrollo Agroindustrial de Sumpango (CEMUSDA) para un continuo trabajo promoviendo servicios eficientes a los pequeños productores agrícolas.

El proyecto se llevará a cabo a través de dos componentes: el financiamiento y la cooperación técnica. En el financiamiento se consideran aspectos como un programa de

crédito para atender las necesidades de financiamiento de capital de trabajo de los pequeños productores, un fondo de capital de trabajo de CEMUSDA para financiar las actividades de comercialización y por último el fomento de las inversiones. En la cooperación técnica se realizará actividades como la asistencia técnica del personal y dirigencia de CESMUDA, capacitación de los productores agrícolas, un software apropiado para una mejor contabilidad y administración de CEMUSDA, equipos informáticos y de comunicación y similares.

Entre los beneficios se dice que aproximadamente el proyecto beneficiará a 550 pequeños productores de Chimaltenango y Sacatepéquez, el 63% de ellos recibirá servicios financieros y el 100% capacitaciones y asistencia técnica en campo; además los efectos del proyecto alcanzarán a aproximadamente a 3666 personas en la zona rural.

b) Competitividad de pequeños productores de cacao orgánico en República Dominicana (DR-S1007)

La Confederación Nacional de Cacaocultores Dominicanos (CONACADO), desarrollo el proyecto denominado “Competitividad de Pequeños Productores de Cacao Orgánico en República Dominicana”, cuyo objetivo era mejorar la competitividad de los pequeños productores del cacao orgánico en la Republica Dominicana, lo cual se logró incrementando la productividad de las plantaciones, mayor facilidad en los servicios financieros, asistencia técnica y fortaleciendo institucionalmente a CONACADO.

Para el cumplimiento del objetivo se llevó acabo, básicamente, dos componentes: el financiero y el de cooperación técnica. Los resultados del proyecto fueron positivos, favoreciendo también a sus familias e incluso en algunos casos a comunidades enteras, uno de los principales resultados fue que la producción de los productores beneficiarios aumentó en un 45%, asimismo el efecto se incrementó dado la imitación de otros productores, se creó más empleo por el aumento de la productividad, aumento de los ingresos familiares en un 19%, mejora en aspectos como la alimentación, vivienda, educación y telecomunicación.

c) Propuesta de asociatividad para el sector agropecuario de la provincia de Velez (Santander) como estrategia para generar competitividad.

Ardila & Ariza (2007), en su tesis “Propuesta de asociatividad para el sector agropecuario de la provincia de Velez (Santander) como estrategia para generar competitividad”, tienen como principal objetivo el proponer un modelo para el generación y desarrollo de asociatividad a empresarios, productores y gerentes públicos, como estrategia válida para generar competitividad y desarrollo económico.

Además, se propone a la asociatividad como una estrategia para mejorar la competitividad. Se da a conocer las diferentes estrategias y experiencias exitosas de asociatividad empresarial adoptada por productores y empresarios en asociaciones, consorcios, clúster, entre otros; se describe las experiencias tanto positivas y negativas desarrolladas por productores de la provincia de Vélez, y por último se busca desarrollar conciencia organizacional en los pequeños productores del sector agropecuario de la provincia de Vélez, proponiendo un proceso de motivación liderado por la gobernación departamental, el gobierno, municipal, el Centro de Gestión Agroempresarial del Oriente (SENA) y las empresas del sector privado, con el objetivo de que desarrollen proyectos de asociatividad empresarial que faciliten la participación en los mercados.

2.1.2. Nacional

Diseño de un modelo de gestión para el desarrollo sostenible y competitivo de las pequeñas unidades agrícolas rurales del Perú. Una experiencia aplicada en el Valle de Virú.

La tesis “Diseño de un modelo de gestión para el desarrollo sostenible y competitivo de las pequeñas unidades agrícolas rurales del Perú. Una experiencia aplicada en el Valle de Virú” realizada por Chong (2011), tiene como objetivo principal diseñar un modelo empresarial que impulse el desarrollo productivo de las pequeñas unidades agrícolas en el Valle de Virú. Esta tesis propone el desarrollo de una entidad autónoma, asimismo la integración de tres sectores: público, privado y académico para garantizar el aprovechamiento de los recursos, basado en el desarrollo de la vocación agropecuaria, el recurso hídrico, el parque tecnológico, actividades no tradicionales y la gestión pública.

Como parte de las conclusiones del estudio realizado en el valle de Virú se pudo validar el modelo de gestión empresarial para impulsar el desarrollo productivo del valle, dando como resultado que el desarrollo sostenible de las pequeñas unidades agrícolas se sostiene en cinco componentes de integración y competitividad: desarrollo de la vocación

agropecuaria, desarrollo del recurso hídrico, desarrollo del parque tecnológico, desarrollo de las actividades no tradicionales y el desarrollo de la gestión pública; apoyadas con el equilibrio entre el sector público, privado y el académico.

2.1.3. Local

- a)** Propuesta de fortalecimiento asociativo para pequeños productores apícolas caso: asociación del sector Cascajal, Olmos, Lambayeque.

Musayón & Núñez (2014), en su estudio “Propuesta de fortalecimiento asociativo para pequeños productores apícolas caso: asociación del sector Cascajal Olmos Lambayeque” tienen como objetivo principal presentar una propuesta de fortalecimiento asociativo que permita mejorar el desempeño de la asociación en estudio.

La propuesta se estructuró en tres niveles, con fines de garantizar sostenibilidad de la asociación: 1) fortalecer el capital social en confianza, reciprocidad y cooperación, 2) una gestión administrativa a través de las cuatro funciones de la administración y 3) realizar una evaluación general del desempeño como fuente de información para la mejora continua.

- b)** Diseño de plan de acción para facilitar la inclusión exitosa y sostenible, en agro negocios, de las Asociaciones y/o grupos de Agricultores del Valle Viejo - Olmos, a ser beneficiados por el Proyecto de Irrigación Agrícola del Proyecto Olmos.

El estudio de Chau (2012) “Diseño de plan de acción para facilitar la inclusión exitosa y sostenible, en agro negocios, de las Asociaciones y/o grupos de Agricultores del Valle Viejo - Olmos, a ser beneficiados por el Proyecto de Irrigación Agrícola del Proyecto Olmos”, tiene como finalidad proponer un diseño de actividades que permita a los pequeños productores organizar, gestionar, operar y tener capacidades para establecer alianzas, elaborar y gestionar planes de negocios propios, o actividades productivas exitosas y sostenibles.

Dentro de las propuestas para poder obtener rentabilidad de las tierras, se propone capacitaciones para manejar conceptos de asociatividad y competitividad; generando economías de escala para producir competitivamente y para negociar posibles modalidades de alianzas en niveles internos como con niveles externos (socios inversionistas, socios compradores) con una visión compartida de mercado.

Para el diseño se ha utilizado como herramienta básica el marco lógico, basado en la determinación del problema central, el análisis de causa efecto, el análisis de medios y fines, el análisis del objetivo de la intervención, determinación de los medios fundamentales y de las actividades para el logro del objetivo del plan; finalmente se presentan avances relativos a alianzas público privadas que pueden facilitar la intervención integral en la zona de estudio.

2.2. Base teórica

2.2.1. Desarrollo económico local.

En un entorno tan competitivo y cambiante como el actual, el éxito de una comunidad se basa en la capacidad que tiene esta para adaptarse a la dinámica tanto local, nacional e internacional del mercado. Por ello, es sumamente importante la planificación de diversas estrategias que ayuden a las comunidades a fortalecer su capacidad económica; mejorar el clima de inversión e incrementar la productividad y la competitividad de negocios locales, empresarios y trabajadores; por otro lado, la creación de nuevas oportunidades económicas contribuye a lucha contra la pobreza y por tanto al desarrollo pleno y sólido local. Sin embargo, dependerá de cuánto las comunidades desarrollen sus destrezas para lograr una mejor calidad de vida. (Swinburn, Goga, Murphy, 2006)

Por tanto, el Desarrollo Económico Local (DEL) es el “proceso de crecimiento y cambio utilizando el potencial de desarrollo que existe en el territorio; que permite mejorar las condiciones de vida de una población, localidad o región” (Barquero, 2000). Siendo el objetivo más relevante según Swinburn G. (2006) el fortalecer la capacidad económica de una área local para mejorar de esta manera su futuro económico y la calidad de vida de todos los que habitan en él. Así mismo, este proceso requiere que los sectores públicos, privado y no-gubernamental trabajen de una manera conjunta con la finalidad de crear mejores condiciones para el desarrollo económico.

Al hablar de estrategias de desarrollo económico se suele pensar, mayormente, en procesos enlazados a la industrialización, tercerización y urbanización; los cuales se dice que son producto de la modernización. A esto, Albuquerque (2004) lo llama “estrategias de desarrollo desde arriba”, y a las que tienen incidencia en términos de empleo y territorio, en las que los actores sociales tanto públicos, privado y sociedad civil están

comprometidos en dirigir el proceso de desarrollo económico a través de la explotación del potencial local, Barquero, (citado por Albuquerque, 2004), las denomina “estrategias desde abajo”. Es decir el desarrollo económico local es un enfoque que sugiere que el desarrollo deba engendrarse e impulsarse desde el potencial local, aprovechando o haciendo buen uso de las políticas y estrategias nacionales.

Asimismo, Friedman y Weaber, (1979) nos dice que el desarrollo local endógeno “obedece a una visión territorial de los procesos de crecimiento y cambio estructural, donde el territorio no es un mero soporte físico de los objetos, actividades y procesos económicos, sino que es un agente de transformación social”. Por lo que el potencial endógeno, según Pérez & Carrillo (citado por Maceratesi, G. 2010) está constituido por una variedad de recursos económicos, humanos, institucionales y culturales (estructura y base productiva, mercado laboral, capacidades empresariales, nivel tecnológico, infraestructura, sistema social y político, tradición y cultura) sobre los cuales los actores sociales involucrados en el proceso de crecimiento y desarrollo económico deben trabajar eficientemente para lograr el desarrollo local.

Por otro lado, los procesos de desarrollo endógeno se producen gracias a la utilización eficiente del potencial económico local, lo cual se ve facilitado por el funcionamiento adecuado de las instituciones y mecanismos de regulación existentes en el territorio. La forma de organización productiva, las estructuras familiares y las tradiciones locales, la estructura social y cultural, los códigos de conducta de la población condicionan los procesos de desarrollo local, favorecen o limitan la dinámica económica, en definitiva, determinan la senda específica de desarrollo de las ciudades y regiones.

Asimismo, Coffey y Polese, 1985 & Stöhr 1985, (citado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2010) nos dice que el DEL es uno de los componentes fundamentales del desarrollo local además decimos que es un proceso de crecimiento y cambio estructural de la economía de una ciudad o región, en que se pueden identificar al menos tres dimensiones: la primera es una dimensión económica, la cual se diferencia por un sistema de producción que permite a los empresarios locales usar de mejor manera los factores productivos, generar economías de grandes producciones y a menores costos y aumentar la productividad mejorando la competitividad en los mercados; otra sociocultural, en la cual el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores sirven de base al proceso de desarrollo, y otra política y

administrativa, en la que las iniciativas locales crean un entorno local favorable a la producción e impulsan el desarrollo.

2.2.1.1. Actores claves para un desarrollo económico local.

Según Villacorta A. (2001) una vez delineadas las dimensiones o implicaciones del desarrollo económico local, es oportuno reflexionar sobre quiénes son o están llamados a ser los agentes o actores locales que deben impulsarlo, ya que de una u otra forma están con las dinámicas económicas de su localidad.

- *Gobierno local:* El papel que desarrolla el gobierno local es de mucha importancia, ya que es el que brinda apoyo a la formación de condiciones jurídicas legales, además es el llamado a defender políticas de desarrollo económico e incentivos que favorezcan las dinámicas locales, así mismo de propiciar espacios y mecanismos de concertación para el beneficio de todos.
- *Empresas:* En lo que respecta a las empresas el desarrollo económico local incluye a la micro, pequeña, mediana y grande pero da prioridad a las Micro y Pequeñas empresas (MYPES), ya que estas empresas son las más numerosas, por ello son grandes generadoras de empleo, de renta entre otros.
- *El gobierno central:* Se requiere su intervención en áreas y aspectos estratégicos, particularmente en la creación de condiciones físicas del territorio apropiadas al desarrollo económico local. La participación del gobierno es determinante para la articulación de las dinámicas económicas locales con las nacionales.
- *La sociedad civil organizada:* Si el desarrollo económico de una localidad está orientado por una visión estratégica de desarrollo, ésta tiene que haber sido construida tomando en cuenta los puntos de vista de todos los actores de la localidad, dentro de los cuales la población organizada en distintas expresiones es uno de los principales y también otras instituciones de la ciudadanía como las ONG, que pueden ser de distinto tipo y en ocasiones representan un apoyo importante para las localidades en términos financieros y técnicos.
- *Centros de formación y capacitación:* Para lograr un desarrollo económico es fundamental formar un capital humano mediante capacitaciones de esta manera sensibilizarlos a que se comprometan a participar y lograr así los objetivos del DEL.

Finalmente podemos concluir que el desarrollo económico local no podría desarrollarse si solamente participaría un solo sector , se necesita el compromiso y la participación de diversos actores territoriales, quienes cumplirán el rol de transformadores de su realidad en el aspecto económico, asimismo Albuquerque F. & Francisco, (2004), nos dice que se debería “asegurar mayor eficiencia, eficacia y flexibilidad de funcionamiento, incorporando nuevas formas de organización alejadas del burocratismo y cercanas al territorio” .

2.2.1.2. Elementos básicos para el desarrollo económico local.

Elementos básicos de las iniciativas de desarrollo económico local según Albuquerque (2004) son:

- Desplazamiento proactivo y la constante participación de los actores locales
- Actitud dinámica por parte del gobierno local
- Presencia de equipos de liderazgo local
- Apoyo constante de entidades tanto público privado
- Preparación de estrategias que ayude al desarrollo territorial
- Promover la creación de microempresas y pyme y además constante capacitación de recursos humanos
- Coordinación de programas e instrumentos de fomento
- Institucionalidad para el desarrollo económico local

2.2.1.3. Componentes del desarrollo económico local.

a) Recursos naturales

En la naturaleza existen recursos naturales que pueden ser utilizados por las personas, pues hace posible la satisfacción de las necesidades básicas y vitales como por ejemplo la alimentación, el vestido, el calzado, la salud, la vivienda entre otros. Además, desempeñan un papel muy importante y se convierten en una gran ventaja frente a otros países cuando se administra de forma correcta para el desarrollo económico de un país.

Puesto que todos los elementos de la naturaleza no son utilizados o aprovechados por la humanidad entonces no todos constituyen un recurso natural es por ello que debemos tener en claro el concepto de recurso natural y elemento natural.

Según Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA) en su manual de legislación ambiental este establece que los recursos naturales “son todos aquellos componentes de la naturaleza susceptibles de ser aprovechados para la satisfacción de las necesidades de los seres humanos y que tienen un valor actual o potencial— en el mercado”.

De igual manera, Andaluz C. (citado por Sociedad Peruana de Derecho Ambiental, 2015) señala que los “recursos naturales se diferencian de los elementos naturales en que estos últimos conforman todas aquellas cosas que la naturaleza brinda, independientemente de su utilidad”. A manera de ejemplo, agrega que una erupción volcánica constituye un elemento natural, pero si usamos la energía geotérmica del volcán para satisfacer alguna necesidad material, la erupción se vuelve un recurso natural.

Por otro lado, el objetivo de la sociedad es perpetuarse en el tiempo progresando y tratando de maximizar el bienestar, por ello se tendrá que ser eficiente en la administración; la extracción y la sobreexplotación de los recursos no renovables, además la cantidad de residuos en el ambiente deberán realizarse a niveles que permitan la satisfacción de las necesidades presentes y de las generaciones futuras; tal como lo expresa la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo en su definición de sostenibilidad “la comunidad debe satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”.

b) Capital humano

El concepto de capital humano tuvo sus orígenes aproximadamente en el siglo XVIII pero fue hasta fines de los años 50 y durante la década 60 que este concepto tomo mas fuerza y ya en la obra "la Riqueza de las naciones" del economista Adam Smith fue que surgió como un concepto economico importante.

Adam Smith había hecho referencia a la relación entre capital humano y crecimiento. Decía que la mejora en la cualificación de los trabajadores es la fuente fundamental del progreso económico y del bienestar. Se igual manera Alfred Marshall en sus "Principios de economía" también insistió en que el capital más valioso de todos es el que se invierte en los seres humanos.

Según Organización para la Cooperación y el Desarrollo (2015), define al capital humano de manera amplia como “la mezcla de aptitudes y habilidades innatas a las personas, así como la calificación y el aprendizaje que adquieren en la educación y la capacitación”.

De igual manera De La Dehesa G.(1993) define el concepto capital humano como aquel que se refiere a “las capacidades productivas de los seres humanos como generadores de renta y riqueza en una economía”.

Asimismo los conceptos son muy amplios ya que recoge diversas y distintas formas de inversión en los seres humanos como por ejemplo en salud y la nutrición que son factores muy importantes de inversión donde deficiencias o carencias en ello pueden ser un limitante en la capacidad de la población en la participación eficaz de las actividades productivas. Pero el factor principal y clave para un buen desarrollo del capital humano que tiene que ver con el conocimiento y habilidades de la fuerza laboral que se acumulan son el resultado de la escolarización, la formación constante y la experiencia que resultan muy útiles en la producción de bienes y servicios y nuevos conocimientos.(Instituto de Análisis Económico , Madrid, 2003)

Tal como dice el informe del Banco Mundial (citado por De La Dehesa 1993), la educación y la formación son factores que mejoran las capacidades de las personas de asimilar y utilizar la información de una mejor manera ayudándolo a conocerse a sí mismo y de igual manera al mundo que lo rodea, asimismo enriquecen su mente al ampliar su experiencia y por ende le permite tomar decisiones más acertadas como consumidor, productor y ciudadano. Además se incrementa su capacidad de satisfacer sus necesidades y las de logra un nivel de vida más alto, y todo ello se plasma en términos macroeconómicos, en una mayor productividad, mayor crecimiento y mayor bienestar.

En conclusión la capacidad de individuos y países de obtener beneficios de esta nueva economía del conocimiento depende en gran parte de su capital humano. En consecuencia, a los gobiernos les preocupa más y más elevar los niveles de capital humano y una de las maneras más importantes en que se puede lograr es mediante la educación y la capacitación, que en la actualidad se consideran factores muy relevantes para estimular el crecimiento económico.

c) Desarrollo económico

El concepto de desarrollo económico ha sido por varios años motivos de discrepancias entre los diversos autores por la implicancia que esta definición conlleva.

Según Castillo P. (2011) el desarrollo económico se define como el “proceso en virtud del cual la renta real per cápita de un país aumenta durante un largo período de tiempo” (p.2). De otro modo se dice que el desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad.

De igual manera según el economista Leandro G. (2002) el desarrollo económico es “un crecimiento sostenido de todos los sectores de la economía, que tiene una serie de implicaciones económicas, financieras y sociales”.

Se puede decir que las principales implicaciones de tipo económico son la transformación y crecimiento de la estructura productiva. En lo financiero se tiene el aumento en la capacidad de ahorro de la economía y mayor cantidad de oportunidades de inversión, y finalmente en el ámbito social se tiene una redistribución del ingreso, mejoras principalmente en los planos educativos y de salubridad de la población.

Asimismo los economistas que se han planteado el problema del desarrollo económico no han dejado de lado la importancia que tienen las condiciones de la población es decir que el desarrollo económico también toma muy en cuenta a los aspectos sociales y al ser humano como tal, ya que también se considera importante el grado de satisfacción y realización de las personas, así como su educación, salud, seguridad, nutrición, etc.

Por otro lado según el economista Leandro G. (2002) las políticas de desarrollo tradicionales generan mayor crecimiento económico para las zonas urbanas (polos de crecimiento), pero no para las zonas rurales, dando como resultado un crecimiento económico desequilibrado donde las grandes ciudades crecen y se desarrollan de una forma más rápida que las zonas rurales mantenido de esta manera su nivel de pobreza y marginación.

Ante tal situación, se deben desarrollar estrategias de crecimiento económico teniendo como objetivo promover el desarrollo de localidades menos favorecidas. La concepción del desarrollo económico toma un giro importante bajo el enfoque de desarrollo territorial, determinando que, el bienestar socioeconómico de todas aquellas

localidades marginadas se debe alcanzar a través de una adecuada explotación de recursos endógenos existentes en cada territorio, obteniendo de esta manera mayores beneficios.

d) Instituciones

Al hablar sobre las instituciones y el papel que desempeña en el desarrollo y crecimiento económico lo primero que se viene en la mente son los poderes del estado, los organismos reguladores y supervisores, entre otros. Sin embargo las instituciones van más allá de este tipo de entidades, pues muchas veces están conformadas por las costumbres y creencias de los ciudadanos.

North (citado por Martínez J. 2007) define a las instituciones como: “las reglas de juego de una sociedad, o de manera más precisa y formal, las restricciones humanamente concebidas que dan forma a la interacción humana. En consecuencia, estructuran los incentivos del intercambio humano, ya sean políticos, económicos o sociales.

De igual manera Williamson, (citado por Martínez J. 2007) definió a las instituciones como “entidades organizadas, de procesos decisivos y estructuras reguladoras”.

Por otro lado el según el Instituto Ecuatoriano de la Economía Política las instituciones se pueden dividir en formales e informales, las primeras son instituciones cuyas normas se encuentran escritas, como las Constituciones, la legislación vigente y los reglamentos, que han surgido para normar las conductas de las personas. Las mejores instituciones formales son aquellas que han surgido del acuerdo y el consenso entre individuos, y que han evolucionado con el tiempo.

Por el contrario las instituciones informales son básicamente las que no tiene acuerdos estipulados, es decir establecidos por escrito, pero que por experiencia sabemos que están implícitos. Por ejemplo, cuando entramos algún lugar y ordenamos algo de comer no existe un letrero que nos imponga que debemos saludar; es de conocimiento propio que saluda es lo primero que se debe hacer. Así funcionan las instituciones informales, en base a las costumbres ciudadanas, aquellas reglas que no están registradas pero que están abstractamente en funcionamiento.

2.2.2. Competitividad.

Actualmente el mercado está cambiando continuamente, por ello, las empresas tienen que ser dinámicas y flexibles para adaptarse rápidamente al cambio, es decir necesitan ser competitivas para asegurar su posición dentro del mercado.

La competitividad es definida por Porter (citado por el Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires, 2006) como “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. Siendo el único camino sólido para lograrlo, el aumento de la productividad”. Asimismo, un país no es próspero por lo que hereda, si no por lo que hace y crea. Por ello, los países cuya biodiversidad es considerada una ventaja, esta no asegura la prosperidad, pues la competitividad de un país depende de que se aprovechen adecuadamente sus ventajas competitivas mostrando empresas innovadoras, dinámicas, flexibles al cambio.

Asimismo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (citado por el Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires, 2006) la define como “el grado en el cual un país, bajo condiciones de mercado libres y justas, puede producir bienes y servicios que superen el test de los mercados internacionales, incrementando en forma sostenida los ingresos reales de su población”.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL,2006), sostiene que se debe lograr que la competitividad no se encuentre basada en la explotación de los recursos naturales y humanos, sino que busque alcanzar una competitividad auténtica que aproveche el uso de los recursos no renovables, que sea justa y equitativa con la fuerza laboral, buscando lograr una mejor calidad de vida para la sociedad.

2.2.2.1. Competitividad sistémica.

Messner (citado por Gracia, 2006) afirma que la competitividad se puede producir solo por el esfuerzo de la empresa pero al enfrentarse con la competencia extranjera que tiene el apoyo del Estado y las condiciones necesarias, su competitividad no será duradera, es por eso que se necesita un entorno eficiente. Ante ello, Esser, Hillebrand, Messner & Mayer-Stamer (citado por Benavides, Muñoz & Parada, 2004) plantean un enfoque de competitividad sistémica, distinguiéndose cuatro niveles de análisis, distintos pero

interrelacionados entre sí, cuyo fin es examinar la competitividad a: nivel micro, nivel meso, nivel macro y nivel meta:

- a) *Nivel micro*: Es el punto de partida de la competitividad sistémica, analiza la competitividad a nivel empresarial, buscando la mejora continua en costos, calidad, diversidad de productos y capacidad de respuesta. Para ello es necesario que la empresa cuente con el apoyo de su entorno, de proveedores, o servicios orientados a la producción, o de una presión competitiva basada en las alianzas.

El nivel micro se basa en la capacidad de gestión, estrategias empresariales, gestión de innovación, integración de cooperación tecnológica, logística empresarial, interacción entre proveedores y productores.

- b) *Nivel meso*: Las políticas que conforman el nivel meso abarca el ámbito nacional, regional y local. Estas apuntan a desarrollar modernización en el nivel macroeconómico; las infraestructuras y estructuras intangibles como es el caso de la formación de sistemas educativos.
- c) *Nivel macro*: Este nivel contiene elementos de carácter social (como la inseguridad ciudadana) y las variables macroeconómicas como: política presupuestaria, política monetaria, política fiscal, política de competencia, política cambiaria y política comercial. También se incluyen aspectos externos al país, como son los precios internacionales y las exigencias de calidad en los mercados de destino.
- d) *Nivel meta*: contiene a factores socioculturales, escala de valores, patrones básicos de organización, política jurídica y económica, capacidad estratégica y política.

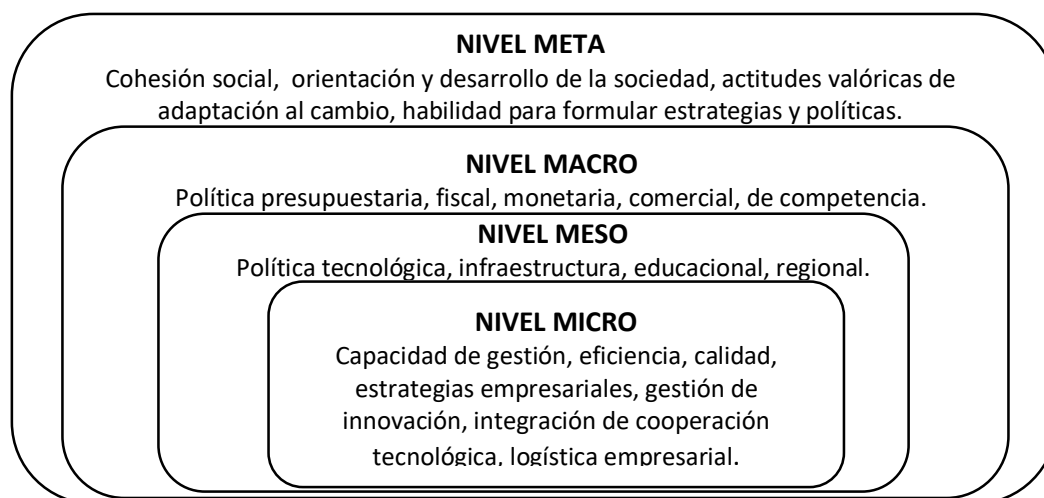


Figura 1 Determinantes de la competitividad sistémica

Fuente: García, M. (2006). La competitividad sistémica: elemento fundamental de desarrollo regional y local.

2.2.2.2. *Competitividad dentro de un sector o industria*

Para determinar el grado de competencia dentro de un sector, Porter (citado por Bittán, 2012) plantea una herramienta basada en cinco fuerzas, cuyo análisis debe ser empleado por las empresas para hacer un diagnóstico de la competencia dentro del sector en el cual se están desempeñando o están queriendo introducir. Siendo estas cinco fuerzas las detallas a continuación:

- a) Amenaza de entrada de nuevos competidores: Los nuevos competidores llegan con nuevas capacidades y recursos para apoderarse de una parte del mercado, pero se encuentran con diversos obstáculos que harán difícil posicionarse; a estos se les llama barreras de entrada:
 - *Economías de escala*: estas economías obligan a los nuevos competidores a ingresar al mercado con instalaciones para producir grandes volúmenes para poder estar al nivel de sus competidores en cuanto a costos.
 - *Diferenciación del producto*: la creación de una marca es un obstáculo, ya que obliga a quien pretenda entrar a un sector a invertir una gran cantidad de dinero para poder vencer la lealtad de los clientes hacia una marca que ya se encuentra en el mercado.
 - *Necesidades de capital*: la necesidad de invertir un volumen elevado de recursos financieros es un gran obstáculo, ya que hay gastos no recuperables de publicidad inicial o de investigación de mercado.
 - *Desventajas de coste independientes del tamaño*: estas desventajas se basan en la experiencia adquirida por la empresa a través de los años sobre los distintos procesos, la tecnología aplicada, el acceso a mejores proveedores y las diferentes subvenciones oficiales que favorecen a las empresas ya existentes a un sector.
 - *Acceso a los canales de distribución*: en cuanto más limitados sean los canales minoristas o mayoristas es mucho más difícil que una empresa nueva pueda participar en diferentes canales de un sector.
 - *Política del gobierno*: el gobierno puede llegar a limitar o incluso prohibir la entrada de nuevas empresas a determinados sectores, usando para ello diversos controles como lo son permisos, acceso a materias primas, impuestos, entre otros.

- b) Rivalidad entre los competidores: La rivalidad entre competidores se ve reflejada en diversas tácticas como competencia de precios, campañas de publicidad agresivas, promociones y entrada de nuevas líneas del producto. Por lo tanto, es difícil ocupar un lugar en el mercado cuando los competidores están muy bien posicionados.
- c) Poder de negociación de los proveedores: Los proveedores tienen cierto grado de negociación, pudiendo aumentar los precios o disminuir la calidad de los insumos, su poder de negociación depende de si están asociados con otros proveedores, si es fácil sustituirlos como clientes o si los proveedores no amenazan con entrar al mercado y ser vendedores minoristas.
- d) Poder de negociación de los compradores: Los compradores pueden hacer que los precios bajen y exigir mayor calidad en los productos, esto depende de diferentes variables como la rentabilidad que están adquiriendo, si nuestro producto es diferenciado, o si podemos ser fácilmente remplazados por otros proveedores (fidelización). Por otro lado, si los clientes están bien organizados su poder de negociación es más fuerte pudiendo exigir una reducción de precios notable.
- e) Amenaza de ingreso de productos sustitutos: La amenaza surge cuando los productos sustitutos son más baratos y de mejor calidad, si nuestro producto es fácilmente sustituible.

2.3. Base Conceptual.

2.3.1. Innovación

Para mejorar la competitividad de las empresas y así poder crear riqueza y empleo es necesario que estén en constante innovación. Según OECD & Eurostat (2005)

La innovación es: la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (p. 56)

La innovación es todo cambio que genera valor para la empresa. El primero que identificó a la innovación como el eje del desarrollo económico fue el economista Joseph Schumpeter, quien afirma que:

Clasificando todos los factores que pueden ser causantes de cambios en el mundo económico, he llegado a la conclusión de que, aparte de los factores externos, existe uno puramente económico de importancia capital, y al que yo he dado el nombre de Innovación. He tratado de demostrar que el modo en que aparecen las innovaciones y en que son absorbidas por el sistema económico es suficiente para explicar las continuas revoluciones económicas que son la característica principal de la historia económica. (Citado por Veiga, 2001, p. 73)

Además Schumpeter propuso cinco tipos de innovación (citado por OCDE & Eurostat, 2005):

- Introducción de nuevos productos: consiste en ingresar al mercado productos mejorados o diferenciados de la competencia, por ejemplo en calidad, diseño o costo.
- Desarrollo de nuevos métodos de producción: innovación en métodos de fabricación para mejorar la calidad del producto, reducir costos de producción, minimizar el tiempo de los procesos.
- Apertura de nuevos mercados: buscar y analizar nichos de mercado.
- Desarrollo de nuevas fuentes de suministro de materias primas u otros insumos: buscar proveedores que ofrezcan mejores condiciones en calidad de materia prima, menor costo, mayor durabilidad.
- Creación de nuevas estructuras de mercado en un sector de actividad: el número de competidores en una industria, el relativo poder de mercado de los participantes, y la facilidad o dificultad de entrada de nuevos competidores a la industria.

Las empresas innovan porque que necesitan mejorar sus resultados, ya sea por la reducción de costos o una mayor demanda, por ejemplo, cuando se innova en los métodos de producción se obtiene una ventaja competitiva sobre los costos de los competidores, o cuando se innova en el producto, diferenciándolo de los demás, permite aumentar la demanda. (OCDE & Eurostat, 2005)

2.3.2. Ventaja competitiva.

Una ventaja competitiva es cualquier capacidad diferencial de una empresa en comparación con las empresas rivales. Es decir, cuando una empresa puede hacer lo que otra no puede lograr, y además incluye características difíciles de imitar o superar, lo que hará que la ventaja competitiva sea sostenida. Cualquier capacidad hace referencia que no solo se puede obtener una ventaja competitiva en la calidad o el costo de un producto, si no de cualquier característica que disponga la empresa como por ejemplo: mejor servicio, una marca con prestigio, tecnología superior a la de los competidores. (David, 2013)

Por otro lado, Porter (citado por David, 2013) afirma que una ventaja competitiva se tiene que crear, por lo que se propone las llamadas estrategias genéricas para lograrlo:

- a) Liderazgo en costos: Consiste en vender el producto al precio más bajo; esta estrategia se aplica cuando existe una gran cantidad de consumidores sensibles al precio. La estrategia liderazgo en costos es aplicada para grandes mercados, en particular en economías de escala, donde se busca vender grandes cantidades. Existen dos tipos de liderazgo en costo.
 - ✓ *Bajo costo (tipo 1)*: Ofrece productos al precio más bajo del mercado.
 - ✓ *Mejor valor - precio (tipo 2)*: Ofrece productos a un menor precio, tomando como parámetro los precios de los productos similares en calidad de la competencia.
- b) Diferenciación (tipo 3): Consiste en crear productos únicos en el sector, dirigidos a consumidores que son relativamente insensibles al precio. Es aplicable para grandes mercados como para pequeños.
- c) Enfoque: Cuando el producto está dirigido a un nicho de mercado se puede tomar en cuenta dos alternativas:
 - ✓ *Bajo costo (tipo 4)*: Ofrece productos al precio más bajo disponible en el mercado.
 - ✓ *Mejor valor – precio (tipo 5)*: Ofrece productos a un bajo precio frente a la competencia sin descuidar la calidad del producto.

		ESTRATEGIAS GENÉRICAS		
		Liderazgo en costos	Diferenciación	Enfoque
TAMAÑO DEL MERCADO	Grande	Tipo 1 Tipo 2	Tipo 3	—
	Pequeño	—	Tipo 3	Tipo 4 Tipo 5

Tipo 1: Liderazgo en costos – Bajo costo
 Tipo 2: Liderazgo en costos – Mejor valor
 Tipo 3: Diferenciación
 Tipo 4: Enfoque – Bajo costo
 Tipo 5: Enfoque – Mejor valor

Figura 2. Las cinco estrategias genéricas

Fuente: David, F. R. (2013) *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación, México.

2.3.3. Competitividad agrícola.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 1995) afirma que en el sector agropecuario es difícil hablar de diferenciación de un producto o liderazgo en precios, ya que estos son homogéneos y se ofrecen en el mercado sin un mayor grado de elaboración o valor agregado. En este sector existe mayor incertidumbre y riesgo en comparación a otros sectores debido a diferentes causas como la estacionalidad de los productos, el nivel de volumen y calidad esperado, consecuencias del clima, exposición de enfermedades, caducidad del producto y la pérdida que se pueda sufrir en la post cosecha.

Por eso, frente a estas condiciones que enfrenta el sector agropecuario, las políticas públicas del pasado como subsidios, estabilización de precios, seguros de cosechas, precios de garantía, se orientaban a la reducción de la incertidumbre y a la minimización del riesgo. Actualmente, se está cambiando el método para reducir la incertidumbre y el riesgo en el sector agropecuario, siendo la innovación tecnológica continua y suministro de información uno de los argumentos con mayor trascendencia para combatir de manera sostenida el problema. El suministrarse de tecnología no solo significa reducción de costos sino alcanzar una eficiencia en la productividad. El suministro de la información no solo provee información precios y mercados sino de diferenciación de productos, de servicios al cliente y de patrones de consumo (IICA, 1995).

Además, Porter (1991) cita algunos requerimientos necesarios para el eficiente desarrollo del sector agropecuario, los cuales dependen del desenvolvimiento de ciertas

condiciones en atributos mencionados por el autor como claves para lograr una ventaja competitiva dentro de una nación (ver tabla 1.)

Cuadro 1 *Atributos para la ventaja competitiva de una nación, condiciones y requerimientos para el sector agropecuario*

Atributos	Condiciones	Implicaciones o requerimientos
Condiciones factoriales	Ventajas comparativas basadas en factores de producción especializados (recurso humano y base científica sólida).	Cambio de ventajas comparativas tradicionales hacia ventajas competitivas, lo cual supone la incorporación de la innovación tecnológica a la producción.
	Velocidad y eficiencia en la creación, mejora y empleo de los elementos que generan ventaja comparativa en las actividades productivas.	Necesidad de flexibilidad los sistemas de generación – difusión – adopción de tecnología agropecuaria y de fomentar en las empresas agropecuarias la demanda por recursos humanos calificados.
Condiciones de demanda	Interesa más el carácter o la naturaleza de la demanda que su tamaño.	Estímulo a la calidad (mediante el uso de mejoras tecnológicas productivas y organizacionales, entre otros) y a la exigencia de los compradores nacionales y regionales.
		Identificación de nichos de mercado en el país y la región que pueden satisfacerse con productos diferenciados mediante la aplicación de conocimientos científicos y tecnológicos.

Actividades productivas	Presencia en el país de proveedores y otras relacionadas que sean internacionalmente competitivas	Promoción del desarrollo económico y tecnológico de proveedores locales y regionales.
		Estímulo a la elaboración de los productos agropecuarios
Estrategia, estructura y rivalidad de empresa	Prácticas administrativas, modalidades de organización y tipo de educación y vocaciones que se favorecen.	Promoción de la rivalidad como elemento motor de la mejora dinámica y estimulador de la innovación tecnológica entre los productores agropecuarios. Introducción de la planificación estratégica con énfasis en la planificación tecnológica, en las empresas agropecuarias.

Fuente: IICA (1995). Elementos para un enfoque de la competitividad en el sector agropecuario. Santa Fe de Bogotá D. C.

Asimismo, para que el sector agropecuario sea competitivo, Porter (citado por IICA, 1995) sugiere el desarrollo de ciertas condiciones dentro de una nación, como:

- a) Factores macroeconómicos: tales como la tasa de interés, la tasa de cambio, precios y agregados macroeconómicos.
- b) Disponibilidad de factores de producción y recursos a precios competitivos y de la existencia de una infraestructura de apoyo a la producción.
- c) Capacidades generadas por las políticas del gobierno que incluyen las políticas comerciales.
- d) Factores culturales, particularmente las prácticas administrativas y laborales que determinan las relaciones entre el gobierno y el sector gerencial integrando todo eso en el llamado diamante de la competitividad.

2.3.4. Asociatividad.

La apertura de los mercados internacionales ha sido el resultado del proceso de la globalización económica, que ha originado un nuevo enfoque de competitividad, componente de suma importancia para la supervivencia de un país, y mucho más para los pequeños productores de estos. Esta apertura comercial permite la entrada a grandes empresas y en muchos casos la competencia es desleal y en condiciones desiguales; es por ello que se debe formular y ejecutar estrategias bien definidas de modo que esta apertura comercial no signifique un gran problema para los más pequeños; siendo la asociatividad una de las estrategias para competir en el mercado y alcanzar la competitividad esperada.

Al respecto, el Banco Mundial (citado por Hidalgo R. 2012) manifiesta lo siguiente acerca de las estrategias de generación de ingresos con poblaciones pobres:

La formación de capital social que se desarrolla mediante los grupos asociativos tienen posibilidades de alcanzar el éxito del negocio mediante la ejecución de alianzas entre proveedores y compradores, impulsar proyectos que beneficie grupos asociativos y fomentar la mejora en el acceso a servicios financieros y no financieros principalmente a las poblaciones que tienen muchas limitaciones como capital físico y humano como lo son las poblaciones pobres. Asimismo los factores que se encargan de impulsar el capital social son la sensibilización, capacitaciones en temas como autoestima, motivación y capacitación empresarial, desarrollar la capacidad de trabajar de manera conjunta, solución de

conflictos, entre otros. Un buen desarrollo de la asociatividad da como resultados la disminución del costo del acceso a servicios y amplía el alcance de los negocios.

Del mismo modo, Rosales (citado por Musayón L. & Núñez R. 2014) definen a la asociatividad como “un mecanismo de cooperación entre individuos, organizaciones o empresas que deciden voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo común”. Por consiguiente, la adopción de esta estrategia o mecanismo es de manera voluntaria y su ejecución brinda aumento de la producción, mayor capacidad y poder de negociación, además de la expansión a nuevos nichos de mercado, mayor acceso a innovación tecnológica, económica, desarrollo de habilidades y fortalecimiento de capacidades, mayores ingresos percibidos y mejores condiciones de trabajo. (Maldonado G. 2012)

Del mismo modo, Rivera (citado por Maldonado G. 2012) expone que “los principales impactos de la asociatividad son el acceso a nuevos mercados, la mejora de las tecnologías de producción, el aumento de la producción y la mayor capacidad y poder de negociación”. Además, indica que la asociatividad hace posible la promoción del crecimiento económico y competitividad local. En otras palabras, la estrategia asociativa dinamiza y fortalece la economía local, en la medida que forja ventajas competitivas colectivas que cumplen con el objetivo de mejorar la capacidad de respuesta frente a mercados cada vez más exigentes y competitivos. Por su parte, como uno más de los beneficios de la asociatividad, Chang (citado por Grueso M, Hernán J. & Garay L. 2009) hace mención de la relación que puede tener la asociatividad y las economías de escala, mostrando a esta como un mecanismo que facilita ese proceso.

Por otro lado, desde el punto de vista del desarrollo local el proceso de asociatividad propicia la participación del Estado impulsando y promoviendo entornos competitivos e innovadores para el óptimo desarrollo de esta en el país. En tal sentido, el artículo 59° de la constitución política del Perú (citado por Hidalgo R. 2012) menciona que: “el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. (...). El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades”.

Por consiguiente, se concibe el rol del estado para la promoción del desarrollo económico, bajo el siguiente modelo:

económico, bajo el siguiente modelo:

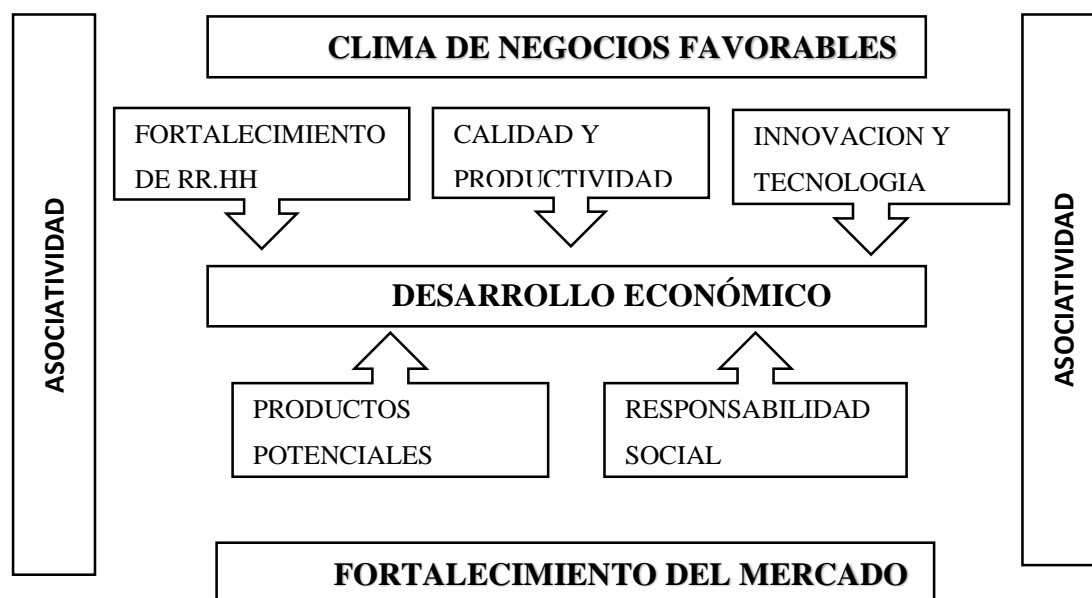


Figura 3. Rol del Estado para la Promoción del Desarrollo Económico

Fuente: Hidalgo R. (2012) Estrategia de asociatividad para el desarrollo económico local. Gestión Descentralizada.

En el modelo, se considera a la asociatividad como una estrategia transversal al desafío del Estado, por generar un clima de negocios favorable. Esta estrategia deberá estar enfocada en lograr una mayor cooperación e integración de entre las pequeñas empresas locales a fin de mejorar la competitividad de las cadenas productivas prioritarias, aprovechar oportunidades, solucionar problemas y acceder a servicios financieros y de desarrollo empresarial a menor costo individual. (Hidalgo R. 2012)

Al respecto, para Hidalgo R. (2012) las principales líneas de acción estratégicas por parte del Estado, que le permitirá lograr lo antes mencionado son las siguientes:

- Desarrollar estrategias legales adecuadas para el apoyo de la asociatividad.
- Impulsar medios de apoyo en los diferentes ámbitos tanto nacional, regional y local para el desarrollo de la asociatividad.
- Elaborar y ejecutar planes de infraestructura lo cual estimulen la asociatividad
- Desarrollar proyectos el cual se investiguen las ventajas de las diferentes zonas de un determinado país.

- Elaborar proyectos para sensibilizar acerca de las grandes ventajas de la asociatividad para lograr ser competitivos.
- Impulsar la asociatividad mediante incentivos
- Desarrollar modelos de planes en los cuales el sector privado participe y de esta manera precisar normas claras de juego para impulsar la oferta en la asociatividad.
- Ser eficientes en la rápida ejecución de trámites y condiciones legales, administrativas y financieras de la administración pública para la elaboración de proyectos o programas relacionados con la asociatividad.

2.3.4.1. Características de la asociatividad.

Las principales características de la asociatividad consideradas por Maratuech W. (2009) son:

- Incorporación Voluntaria.

La incorporación a algún tipo de asociación es voluntaria ya que nadie ni persona, organización o empresa es obligada a incluir o participar en un grupo, por el contrario se lleva acabo cuando tienes la convicción y la firmeza de que puede generarle beneficios y nuevas oportunidades de negocios.

- No hay exclusión.

No se selecciona solo a ciertas personas o empresas que tengan un perfil específico, por el contrario no se excluye y mucho menos se deja de lado a ninguna empresa u organización por el rubro en el que se desempeñan por otro lado se puede aplicar a cualquier tipo de empresa sin tomar importancia a que industria está dirigida o pertenece.

- Flexibilidad Legal.

Debido a que puede adquirir diferentes formas, modalidades tanto organizacionales como jurídicas.

2.3.4.2. Objetivos de la asociatividad.

Tanto las personas como las empresas u organizaciones buscan unirse para poder de manera conjunta obtener ciertos beneficios y sobre todo lograr ser competitivos y capaces de enfrentar a nuevos mercados, es así que para alcanzar este objetivo se necesita que los socios o empresas que tengan o compartan valores comunes y cuyas habilidades se

complementen entre sí, de esta manera todos podrán aportar algo nuevo que pueda contribuir al cumplimiento de los objetivos.

Para Gonzáles (citado por Gómez L. 2011) los objetivos o beneficios buscados por la asociatividad pueden resumirse en tres principales: financieros, organizacionales y de comercialización.

- a) *Financiero*: Acerca de los beneficios en el sector financiero el objetivo principal es la búsqueda de financiamiento para poder reinvertir en desarrollo de productos o para mejoras y ampliaciones, además incrementar el poder de negociación ante los organismos públicos pertinentes en instrumentar líneas de financiamiento. Otros objetivos asociativos son las compras e inversión conjunta, la reducción de costos operativos, el acceso a nuevos mercados, la diversificación de la oferta de servicios, entre otros.
- b) *Organizacionales*: Este enfoque hace hincapié en la mejora constante de los procesos de producción, administración, planeamiento estratégico, en la tecnología y en la capacitación, y por último el aumento conjunto del poder de negociación con proveedores y clientes.
- c) *Comercialización*: En lo que respecta a la comercialización aquí se encuentran los beneficios que se obtienen de las investigaciones de mercado, al repartir costos y tecnologías entre los socios además entre los objetivos el lanzamiento de productos nuevos al mercado, intercambio de información comercial y la formación de alianzas para comercialización y promocionar en manera conjunta.

2.3.4.3. Condiciones para la asociatividad.

Para que se desarrolle una asociatividad de manera adecuada y sostenible según Arce (citado por Soto O. 2014) existen ciertas condiciones que están estrechamente relacionadas en primer lugar a la confianza, ya que es muy importante la seguridad para poder emprender con éxito cualquier proyecto; la solidaridad, que es esencial pues el apoyo tiene que ser incondicional para poder superar situaciones complicadas o difíciles; del mismo modo la colaboración juega un papel vital puesto que es primordial un trabajo realizado de manera conjunta y organizada; a ello se le suma el compromiso y la responsabilidad como condiciones que ayudarán que la asociatividad sea exitosa.

Así mismo, al asociarse es muy importante tener en cuenta los aspectos que obstaculizan el logro de los beneficios que trae la asociatividad; ya que existen intentos de asociatividad en los cuales no han logrado alcanzar sus objetivos comunes por no que no adoptaron esta estrategia. Ante ello, Arce (citado por Soto O. 2014) también hace mención sobre las causas más frecuentes del fracaso en la asociatividad; como por ejemplo el que los objetivos no están claramente definidos, el insuficiente clima de confianza y cooperación existente en la gran mayoría de los productores, la falta de procedimientos de control, las actividades para las cuales se organiza son coyunturales, la falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción y la deficiente preparación para las negociaciones y ausencia de estímulos efectivos para la cooperación.

Algunos organismos, tanto estatales como no gubernamentales, han comenzado a proponer e incentivar el agrupamiento de productores, pero para lograr definitivamente la inserción de este modelo en nuestra economía, es necesario un cambio de cultura mayor.

2.3.5. Asociatividad agraria.

La búsqueda de nuevas formas organizativas que posibiliten a los productores y empresas agrarias a competir en los mercados, es una necesidad actual de la que no se puede dejar de lado, resultando totalmente inadecuado e insuficiente el uso de estructuras agrarias tradicionales paralelamente la gran mayoría de los productores se encuentran en desventaja por problemas como la falta de tecnología, la falta de capacitaciones, asimismo necesitan un mayor apoyo por parte del estado y del sector financiero; de esta manera el desafío estará en insertar a los pequeños productores en la economía dinamizada. Para conseguir estas metas, comenzaron a desarrollarse en el agro diversas experiencias asociativas denominado asociatividad agraria o agricultura en grupo.

La asociatividad agraria puede definirse como “una de las formas organizativas que articulan a los pequeños productores. Se basan para ello en prácticas históricas o en aquellas promovidas a través de la instrumentación de programas específicos para este sector” (Romero, R. 2009).

Del mismo modo es importante hablar de la agricultura familiar ya que esta es vital para el desarrollo de la agricultura y se puede definir como la que “incluye todas las actividades agrícolas de base familiar y está relacionada con varios ámbitos del desarrollo rural. La agricultura familiar es una forma de clasificar la producción agrícola, forestal,

pesquera, pastoril y acuícola gestionada y operada por una familia y que depende principalmente de la mano de obra familiar, incluyendo tanto a mujeres como a hombres.” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014)

Tanto en países en vías de desarrollo como en países desarrollados, la agricultura familiar es la forma dominante de agricultura en la producción de alimentos, además la Agricultura Familiar desarrolla un papel muy importante ya que de todas las exportaciones agrícolas en América Latina y el Caribe, más del 80% corresponde a la Agricultura Familiar asimismo, entre el 27 y el 67% de la producción de alimentos proviene de este sector. Por si fuera poco, genera entre el 57 y el 77% del empleo agrícola. (Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe 2014)

Asimismo para un desarrollo exitoso de la agricultura a nivel nacional existen varios factores que influyen como lo son las condiciones agroecológicas, las características territoriales, el entorno normativo, el acceso a los mercados, el acceso a la tierra y a los recursos naturales, el acceso a la tecnología y a los servicios de extensión, el acceso a la financiación, las condiciones demográficas, económicas y socioculturales, o la disponibilidad de educación especializada, entre otros. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014)

Entre los beneficios y oportunidades que brinda la asociatividad dentro del agro es el impulso hacia la competitividad. Así pues, según la Convención Nacional del Agro Peruano (CONVEAGRO) nos dice que “con la asociatividad podemos reducir costos de producción, de certificación y de control interno a través de la inocuidad, calidad o trazabilidad”, costos que no podrían ser asumidos por un solo pequeño productor. Además, permite tener una economía de escala en la comercialización agropecuaria; negociar mejores precios en función al volumen y la calidad; compartir riesgos y superar las deficiencias del mercado. Asimismo, garantiza el servicio de capacitación y asistencia técnica, factores importantes para el incremento de la producción y del desarrollo de una productividad eficiente. Cabe recalcar que sin la asociatividad el pequeño productor no podría acceder, si no es con un costo, a los últimos beneficios mencionados.

2.3.5.1.1. *Modalidades asociativas*

Existen varias modalidades asociativas, específicamente para el sector agropecuario se ha visto conveniente citar los tipos de asociatividad agraria que Agroconsult Perú propone, ya que encaja con los objetivos de la tesis. Son dos las formas asociativas propuestas para el desarrollo de agro en Perú: las asociaciones y las cooperativas; ambas generan beneficios para sus asociados, sin embargo existen algunas diferencias que se deben tener en cuenta.

a) Asociaciones

Se encuentran definidas en el Decreto Legislativo número 295 y se establecen libremente por decisión propia y no por una obligación con derechos y obligaciones para todos asimismo la Asamblea General y la Junta Directiva son sus órganos básicos. De igual manera con las cooperativas las asociaciones pueden establecer una Gerencia y un Comité de Vigilancia asimismo establecer áreas de servicio para los asociados.

Este tipo de asociatividad realiza actividades sin fines de lucro pero pueden ser gestoras de compras y ventas conjuntas de sus afiliados, como un servicio dirigido a lograr para ellos economía de escala, incremento de productividad y rentabilidad. También pueden crear empresas abastecedoras de insumos o comercializadoras de la producción de sus socios, llevando siempre la contabilidad aparte de la institucional como una empresa cualquiera.

Asimismo las principales diferencias entre las asociaciones y las cooperativas son:

Las asociaciones, como ya se mencionó al inicio tienen por objeto actividades no económicas y persiguen fines desinteresados como culturales, sociales, políticos, deportivos, entre otros, por el contrario el objetivo de las cooperativas siempre será una actividad económica aunque se sostenga que la cooperativa no tiene fines de lucro, lo cierto es que actúa en el campo económico en la producción, la transformación o comercialización de bienes.

Asimismo en la cooperativa hay distribución de utilidades o excedentes es decir las utilidades anuales se distribuyen entre los socios o miembros, pero ello no sucede en las asociaciones.

Además en la cooperativa hay reembolso de lo aportado en caso de retiro del socio o de disolución de la sociedad; ello nunca sucede tratándose de la asociación.

b) Cooperativas

Está establecido por el Texto Único Ordenado de la Ley General de Cooperativas, DS N° 074-90-TR, Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controladas. Las cooperativas a diferencia con las asociaciones aquí si se permite hacer negocios por cuenta de sus socios. Su órgano directivo es la Asamblea General, además existe un Consejo de Administración, Vigilancia y un Comité Electoral.

Por otra parte entre las principales semejanzas se manifiesta que las asociaciones y las cooperativas persiguen fines sociales, además al igual que las asociaciones los socios de las cooperativas tienen igualdad de derechos y obligaciones, asimismo ambas tienen personería jurídica y las asociaciones al igual que las cooperativas funcionan con un régimen de puertas abiertas.

2.3.6. Cadena Productiva

El análisis de las cadenas productivas se viene realizando desde décadas atrás con la finalidad de poder determinar las relaciones entre sus diferentes eslabones y actores, así como de identificar los cuellos de botella y proponer estrategias que ayuden a superarlos. Por ello, que su estudio y puesta en práctica ha ayudado a muchos países, principalmente a los europeos, a mejorar la competitividad de varios productos de primer orden como por ejemplo: la leche, carne, vino entre otros. Es así que, al ser los resultados favorables los países latinoamericanos también han adoptado este enfoque como medio para lograr mejorar la competitividad principalmente dentro del sector agrario.

Un correcto análisis de las cadenas productivas ayudara a reconocer los principales obstáculos que impiden un correcto desarrollo de la competitividad de los productos, y posteriormente desarrollar diversos planes y estrategias que ayuden a dar solución a dichos puntos críticos. (Van Der Heyden & Camacho ,2004)

En cuanto a su definición, los autores definen a la cadena productiva como “un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado”.

Asimismo, para el Proyecto de Cooperación UE-Perú / PENX (2008) las cadenas productivas son un “conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final”. Es decir, una cadena productiva es una herramienta conformada por un conjunto de eslabones o pasos relacionados entre sí, producto de un proceso de producción que conlleva desde la provisión de insumos hasta el consumidor final.

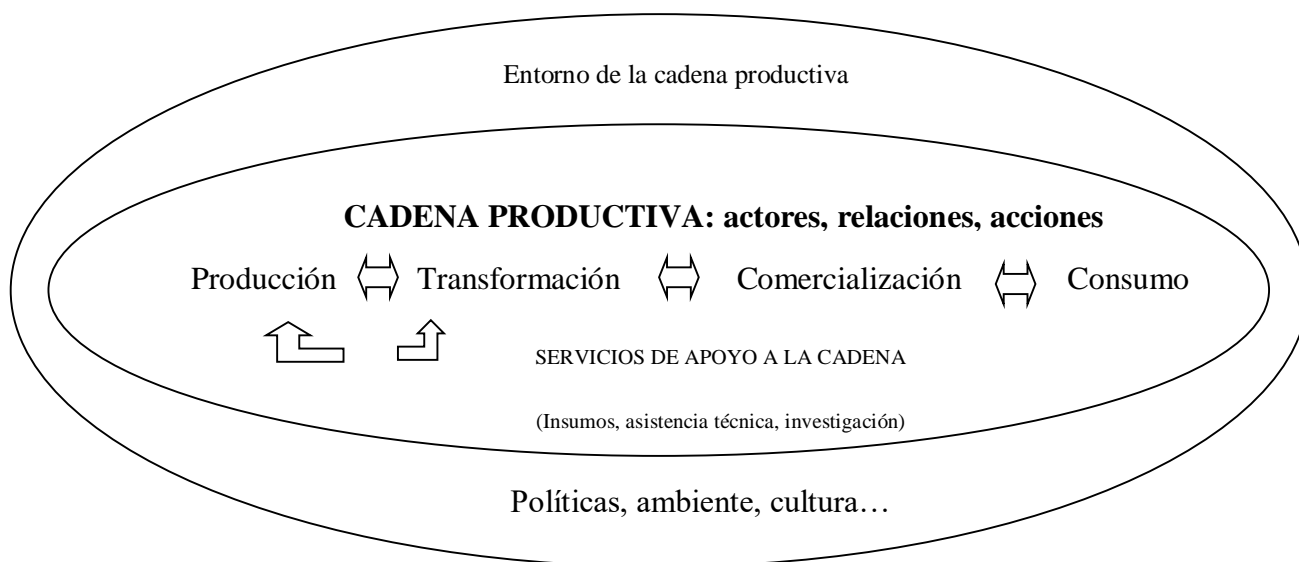


Figura 4. Modelo General de la Cadena Productiva

Fuente: Van Der Heyden & Camacho, 2004. Guía Metodológica para el Análisis de Cadenas Productivas

2.3.6.1. Componentes de la cadena productiva

Para lograr la eficiencia en la cadena productiva es necesario el apoyo de ciertos factores que logren impulsar la competitividad. En principio, es fundamental que el ámbito local, regional, nacional e internacional se involucren impulsando estrategias de mejoras para facilitar la formación de las cadenas productivas, asimismo, es fundamental que exista entre los agentes gran seguridad, ya que se ha detectado poca credibilidad y confianza de los agricultores hacia ellos. Por otro lado, el sector público, privado y organismos internacionales tienen la responsabilidad de desarrollar planes estratégicos para mejorar ciertos puntos vitales como por ejemplo: la capacidad crediticia, la titularidad de los predios, la limitada infraestructura vial, equidad de los beneficios, entre otros. De igual manera el fortalecimiento institucional (central, regional y local), acuerdos macro, acuerdos de competitividad y la búsqueda de competitividad; son componentes que

ayudaran a desarrollar de una manera óptima las cadenas productivas si se ejecutan correctamente. (Proyecto de Cooperación UE-Perú / PENX ,2008)

2.3.6.2. Proceso para la formación de las cadenas productivas

Para lograr que una cadena productiva se lleve a cabo según Vergaray P. (2013), se tiene que tomar en cuenta ciertos procesos que ayudará a que esta se concrete:

a) Análisis de la cadena

En esta etapa se tiene que desarrollar planes para lograr una unificación de los agentes y enfrentar los diversos problemas que se pueden presentar es por ello que se tienen que desarrollar algunas actividades para lograr dichos objetivos como: tener bien definida el esquema o estructura de la cadena productiva por ejemplo productor, acopiador rural, mayorista, hasta el consumidor asimismo definir funciones y roles de los agentes que forman la cadena.

b) Establecer diálogos para la acción

Los agentes económicos que conforman la cadena productiva deberán realizar conversaciones estableciendo así un dialogo abierto para poder definir con claridad la competitividad con equidad mediante los siguientes pasos

- Realizar de manera frecuente consultas institucionales entre los actores privados y estatales evitando así malos entendidos.
- Establecer mesas de dialogo entre las instituciones comprometidas.
- Llevar acabo mesas de concertación, donde se definirán temas como los diversos contratos, acuerdos, convenios, entre otros.

2.3.6.3. Ventajas de las cadenas productivas

Según el proyecto de cooperación UE-PERU / PENX (2008) las principales ventajas de las cadenas productivas son:

- Aumento de la Competitividad
- Aumento de la producción a menores costos
- Permite una mejor visión a nivel macro de la problemática
- Conciliación tanto Público-Privado acerca de los objetivos en común

- Simplificar el acceso al crédito
- Expansión de la tecnología
- Aumento de seguridad y confianza entre los agentes

2.3.6.4. Cadena productiva en el sector agrario

Las cadenas agroproductivas surgen como respuesta a los cambios comerciales crecientes de un mundo cada vez más competitivo, cuyo objetivo principal fue de dar un mayor valor a los productos agrícolas y de esta manera aumentar las ventajas competitivas en el sector y asimismo generar que todos los actores que participan en tal cadena reciban ganancias equitativas. (CIAT, 2013)

Se entiende por cadenas agroproductivas según el libro Orientaciones Generales para la Promoción y Apoyo de las Cadenas Agroproductivas en el Perú (2005) como un “sistema que articula a los agentes económicos que participan en un mismo proceso productivo, desde la provisión de insumos, producción, conservación, transformación, industrialización y la comercialización hasta el consumo final de un producto agrícola o pecuario”.

La cadena agroproductiva o productiva agrícola está formado por un conjunto de eslabones que reúne a las empresas proveedoras de los insumos para la producción agrícola, las agroindustrias con sus procesos productivos, la comercialización mayorista como minorista y por último los consumidores finales, conectados por los flujos de capital, materiales y de información. (Orientaciones generales para la promoción y apoyo de las cadenas agroproductivas en el Perú, 2005)

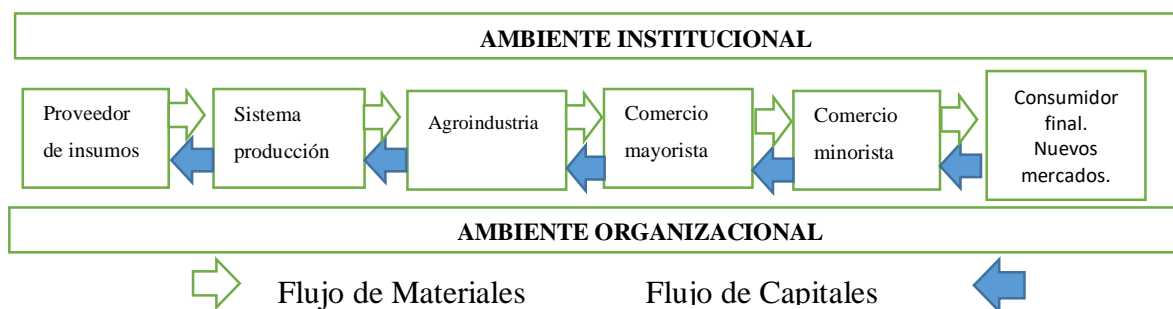


Figura 5. Concepción original de la cadena productiva en el sector agrícola.

Fuente: Castro, et. al., (2002), citado por Chávez J. (2012). Cadena de Valor, Estrategias Genéricas y Competitividad: El caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca.

Si los agentes económicos que participan en las cadenas agropecuarias sentaran sus bases en la equidad, cooperación, confianza y eficiencia tendrían mucho más oportunidades de competir de una manera exitosa en el mercado, dando solución rápidamente a los cambios bruscos que ocurran en él. (Chávez J. 2012)

2.3.6.5. Beneficios de las cadenas productivas para pequeñas empresas y productores

El Proyecto de Cooperación UE-PERU / PENX (2008) menciona algunos los beneficios de las cadenas productivas para los pequeños productores los cuales son:

- Un mejor manejo de la información y de mayores conocimientos a costos mínimos.
- Un mayor alcance de información que ayudara en la elección de las mejores decisiones lo que permitirá aumentar sus niveles de competitividad.
- Desarrollo de las capacidades para la identificación de instituciones de apoyo técnico e incentivos.
- Una mejor participación para la toma de decisiones y acciones de investigación, capacitación, servicios, entre otros.
- Participación en definiciones políticas públicas sobre temas que permiten el desarrollo y fomento de su actividad como por ejemplo negociaciones comerciales, incentivos.

2.3.7. Cadena de Valor

A lo largo del tiempo se ha venido desarrollando diversas cadenas productivas pero muy pocas de estas se le ha dado el enfoque de cadena de valor, siendo esta una cadena donde se integra de manera cohesionada todos los eslabones de esta desde la provisión de insumos hasta la comercialización, dando como resultado la mejora de la competitividad.

La cadena de valor es un concepto que nace en el libro “la ventaja competitiva” de Michael Porter (citado por Rojas D, 2015) y nos dice que para una mejor evaluación de la ventaja competitiva se tiene que visualizar detalladamente las distintas tareas realizadas en la empresa y no de una forma global observando a la organización como un todo, es por ello que nace el concepto de cadena de valor, como un mecanismo para analizar de mejor manera las actividades realizadas en la organización y su interacción.

Básicamente la cadena de valor separa a la empresa en sus actividades estratégicas más importantes para poder entender sus comportamientos como sus costos y fuentes de diferenciación logrando así desempeñar estrategias que le permita obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores. (Rojas D. 2015)

De igual manera otros autores como Arimany L. (2010) definen a la cadena de valor como “una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor”.

El Sistema de información empresarial SIE (citado por Chávez, 2012) coincide en que es una herramienta para examinar las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan entre sí, para poder analizar las fuentes de ventaja competitiva.

Esta herramienta es muy importante ya que permite que las empresas detectar las actividades que generan directamente valor a los productos para luego analizarlas y evaluarlas si es que en realidad constituyen una ventaja competitiva para la empresa. Las actividades que logran una mejor rentabilidad y fortalece la posición de la empresa en el mercado deben impulsarse por el contrario las demás actividades se debe reducir al máximo sus costos sin perder la calidad del producto; logrando de esta manera el objetivo de la cadena de valor que es aumentar el valor de los productos mientras se reducen los costos. (Garralda J. 2013)

2.3.7.1. Actividades desarrolladas en una cadena de valor

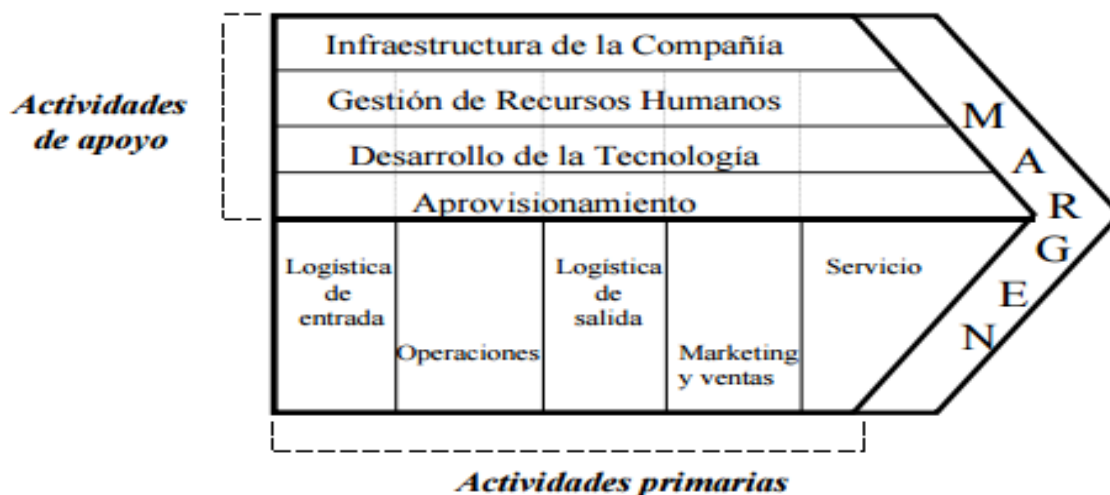
La cadena de valor se encuentra integrada por nueve eslabones genéricos de actividades interconectados entre sí y de igual forma con los proveedores, canales y compradores, asimismo con esta cadena genérica podemos observar cómo se puede llevar acabo una cadena de valor.

Para Porter (citado por Arimany L. 2010) la empresa u organización teniendo en cuenta su funcionamiento se divide en dos tipos de actividades; en primer lugar las actividades primarias y en segundo las actividades de apoyo.

Las actividades primarias son aquellas que dan valor de manera directa a los productos por ejemplo generando una mejor calidad en los productos, costos de producción bajos, hasta puede llegar al pos servicio después de venta logrando así atraer a más consumidores. Por el contrario las actividades de apoyo no generan de manera directa

valor, en cambio lo que hace es reforzar las actividades primarias para añadir valor. (Arimany L. 2010)

Figura 6. Cadena genérica de valor



Fuente: Porter 2006, citado por Chávez (2012). Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: El caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca.

a) Actividades primarias

En las actividades primarias podemos encontrar aquellas que dan valor al producto y el modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias y estas son (Arimany L. 2010):

- Logística interna: Está constituido por el conjunto de operaciones conformado por la recepción, almacenamiento y distribución de materias primas.
- Operaciones (producción): Procesamiento de materias primas para obtener un producto final.
- Logística externa: Abarca el almacenamiento de productos terminados y la distribución del producto al consumidor.
- Marketing y Ventas: Conjunto de actividades que tienen como objetivo dar a conocer el producto.
- Servicio: Agrupa las actividades como post-venta o mantenimiento destinadas a mantener y aumentar el valor del producto.

b) Actividades de apoyo

Las actividades de apoyo son las que fortalecen a las actividades primarias proporcionando recursos humanos, tecnología, insumos comprados, entre otros apoyando

de esta manera a toda la cadena completa; aquí se distingue cuatro actividades de apoyo y estas son (Arimany, 2010):

Infraestructura Organizacional: conformado por el conjunto de actividades tales como la administración general, planeación, finanzas y contabilidad dependiendo como se encuentre la compañía la infraestructura esta puede ser una gran ventaja competitiva.

Administración de recursos humanos: Constituidas por actividades de investigación, contratación, capacitación y motivación de todo el personal. La administración de los recursos humanos es pieza clave para lograr desarrollar una ventaja competitiva frente a los competidores ya que este es uno de los factores que determina el grado de compromiso y desempeño de los trabajadores.

Desarrollo Tecnológico: Se encuentran enlazadas con el desarrollo de tecnología y la investigación teniendo como objetivo el apoyo a las diferentes áreas de la empresa.

Adquisición u aprovisionamiento: relacionado a la función de compras de diferentes productos como por ejemplo materias primas, maquinarias, equipos, edificios, y similares. Asimismo dicha actividad mejora la calidad de los insumos y de igual modo a la interacción con los proveedores.

2.3.7.2. Diferencias entre cadena productiva y cadena de valor

La fundación de cooperación al desarrollo y promoción de actividades asistenciales CODESPA (2011), señala que “las cadenas productivas existen en todas partes; pero no siempre bajo el enfoque de cadena de valor”. Para lograr verdaderamente una cadena de valor se necesita un cuidadoso análisis del contexto y de los principales obstáculos, para poder elaborar un plan, desarrollando un conjunto de estrategias, logrando así la mejora de la competitividad y la equidad.

Para llevar acabo este enfoque se necesita elementos como:

- Niveles de confianza profunda, voluntad y compromiso de absolutamente todos los actores involucrados.
- Es necesario la cooperación conjunta de todos los actores de la cadena para lograr los objetivos propuestos y asimismo que se desarrolle en el mejor ambiente posible de seguridad a la hora de negociar

- La comunicación de todos los actores debe ser fluida y clara, asegurando de esta manera una buena comunicación.
- Organización de productores.
- Mantener una relación formal y claros acuerdos entre los actores.
- Orientar a la cadena a la demanda de mercado
- Articulación formal con el mercado, logrando estándares de calidad, generación de valor e innovación, entre otros.
- Servicios de apoyo especializado para el conjunto de actores.
- Sostenibilidad tanto social como ambiental.

En la siguiente tabla se muestra el comparativo entre la cadena productiva y la cadena de valor en sus diversos aspectos.

Cuadro 2 *Diferencias entre la cadena de valor y la cadena productiva*

ASPECTO	CADENA PRODUCTIVA	CADENA DE VALOR
Estructura Organizativa	Actores independientes	Actores dependientes
Orientación	Liderado por la Oferta	Liderado por la Demanda
Identificación de mercado	Potencial del Mercado	Nicho y Negocios concretos
Elemento Principal	Coste / Precio	Valor / Calidad
Estrategia	Productos básicos (commodities, etc.)	Productos diferenciados
Relación entre actores	Informal	Formal
Visión de la relación	Corto Plazo	Largo Plazo
Nivel de Confianza	Bajo / Medio	Alto
Flujo de la Información	Escasa o Ninguna	Amplia

Fuente: Hobbs, Bouman 2000, citado en CODESPA (2011). Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor.

2.3.8. Clúster

Porter (citado por Grajinera, Gamboa & Molina, 2003) afirma que la agrupación de empresas y su especialización en determinadas actividades productivas contribuyen favorablemente sobre los cuatro polos del diamante que explica la ventaja competitiva, a este grupo de empresas les denomina clúster.

Vila, Ferro y Rodríguez (citados por Grajinera et al., 2003) definen tres dimensiones básicas que tienen los clúster:

- Dimensión territorial: Las empresas están localizadas en un ámbito geográfico concreto, más o menos extenso o próximo.
- Dimensión sectorial: Las empresas están vinculadas a un sistema de valor industrial específico.
- Dimensión cooperativa: Las empresas mantienen relaciones de cooperación y de complementariedad entre ellas.

2.3.8.1. Ventajas de un clúster

Según Porter la generación de clúster trae consigo las siguientes ventajas (citados por Grajinera et al., 2003)

- Incremento de la productividad: se produce como consecuencia de la especialización, de la complementariedad entre las actividades de las empresas participantes y del incremento del poder de negociación de las empresas, que reduce sensiblemente los costes de transacción.
- Promoción de la innovación: consecuencia de una mayor capacidad para percibir nuevas necesidades de los clientes y nuevas posibilidades tecnológicas, comerciales o productivas mediante la investigación conjunta.
- Creación de nuevas empresas: consecuencia de la reducción del riesgo y las barreras de entrada junto con la existencia de relaciones establecidas y clientes potenciales para las nuevas empresas.

2.3.8.2. *Ciclo de vida del clúster*

Según Leonel Guerra (2010) los clúster tienen un ciclo de vida que se manifiesta de 4 etapas claramente distinguibles:

- *Etapas de gestación:* se caracteriza por la existencia de empresas e industrias independientes e inicialmente desvinculadas, pero que están involucradas en el desempeño de una actividad económica en una región determinada.
- *Etapas de emergencia:* se hace evidente una concentración de empresas, industrias e instituciones especializadas en una actividad económica particular, así como también una vinculación incipiente entre ellas a fin de compartir elementos comunes y complementarse
- *Etapas de expansión:* Se caracteriza por la existencia de una masa crítica de empresas, industrias e instituciones fuertemente vinculadas para complementarse y generar sus ventajas competitivas, la de la actividad económica particular con la que están relacionadas, y la de sus productos y servicios. En esta etapa, las organizaciones del clúster trabajan colaborativamente enfocándose especialmente en el desarrollo y fortalecimiento de una infraestructura económica competitiva que les permita realizar sus negocios exitosamente, por lo que es notorio la aparición de fuertes vínculos con proveedores clave de esta infraestructura, particularmente con las universidades y centros de investigación y desarrollo tecnológico, con instituciones bancarias y financieras y entidades de gobierno.
- *Etapas de maduración:* el clúster tiende a dominar ciertas estrategias, en particular la relacionada con la consolidación del clúster a través de vínculos con redes colaborativas de empresas, industrias e instituciones para impulsar la innovación. Es típico de esta etapa que el clúster empiece a establecer un nuevo ciclo de vida basado en la incorporación de nuevas tecnologías y la generación de nuevos productos innovadores. Si las empresas del clúster no deciden apostarle a la innovación en esta etapa de maduración, lo más probable es que el clúster empiece a declinar y eventualmente desaparezca.

2.3.9. Responsabilidad Social

De acuerdo a Baltazar Caravedo (citado por CEPAL, s.f.), entendemos por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) una filosofía corporativa adoptada por la alta

dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. En otras palabras, la empresa no solo busca satisfacer al consumidor y generar dinero, sino se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra.

Según CEPAL (s.f.) se entiende como una empresa socialmente responsable aquella:

- Cuyos productos y servicios contribuyen al bienestar de las personas.
- Cuyo comportamiento vaya más allá del estricto cumplimiento de las leyes y las prácticas de libre mercado.
- Cuyos directivos tengan un comportamiento ético.
- Cuyas actividades no contaminen o dañen el medio ambiente.
- Cuyo desarrollo contemple el apoyo a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera.

Entre los valores fundamentales que abarca la responsabilidad social se encuentran temas como:

a) Medio ambiente

El medio ambiente es uno de los temas más importantes de los que se ha hablado en los últimos años, el impacto ambiental que generan las empresas, especialmente las industriales. Es por eso que muchas empresas han tomado conciencia y han hecho modificaciones, considerando el impacto que genera sus procesos productivos y los bienes que generan. (CEPAL, s.f.)

Ser una empresa con RSE ambiental no genera un gasto si no se obtienen diversos beneficios tanto económicos como sociales, según Murillo, Garcés & Rivera (citado por Lacruz, 2005) los beneficios de mayor sensibilización son:

- Reducción de los costos de producción: la optimización adecuada de los recursos naturales genera la reducción de consumo de energía, agua, materias primas.
- Permite acceder a mercados donde el consumidor se preocupa considerablemente por el cuidado del medio ambiente.
- Favorece nuevas oportunidades y actividades empresariales, mejorando la calidad del producto, reutilizando envases u otros insumos e ingresando a nuevos mercados.

- Mejora la imagen general de la empresa y su reputación, fidelizando a sus clientes y atrayendo a otros.
- Permite introducir nuevas tecnologías que eviten enfermedades y accidentes laborales.

b) Derechos humanos

Respetar y aplicar los derechos humanos no solo es tema del gobierno, las empresas tienen el deber de ofrecer puestos de trabajo calidad, correctamente remunerado, con condiciones de seguridad adecuadas, que no atente contra la salud del trabajador. Actualmente, la mayoría de empresas reconocen que respetar los derechos humanos debe ser una parte esencial de su responsabilidad social, no solo porque es actuar con ética, sino que el mercado exige que se les de las mejores condiciones a los trabajadores. (CEPAL, s.f.)

c) Lugar de trabajo

Corresponde a políticas que establece la empresa para mejorar la vida profesional y personal del empleado. Estas políticas de recursos humanos incluye temas como: compensación, beneficios, desarrollo humano y profesional, horas flexibles, balance entre vida y trabajo, bienestar y salud, sin discriminación de ningún tipo (género, raza, religión). (CEPAL, s.f.)

d) Inversión social comunitaria

Hace algunos años se creía que la inversión social comunitaria era caridad o beneficencia, hoy las empresas comprenden el gran valor de la participación comunitaria, generando programas sociales, la empresa alcanza importantes beneficios como el fortalecimiento de la imagen, el reconocimiento de marca y la lealtad tanto del consumidor como del personal de la empresa. (CEPAL, s.f.)

2.3.10. Valor Compartido

Carlos Bentín Remy Gerente General, Corporación Backus-Perú afirmó que:

“Los empresarios no debemos concebir desarrollo económico sin desarrollo humano. Si bien esto es responsabilidad compartida con el estado, debemos ser conscientes que la empresa privada va unida al desarrollo del país. Por tanto, es

deber de las empresas dar muestras claras de solidaridad e identificación con los problemas sociales.” (Citado por CEPAL, s.f.)

El valor compartido es ir más allá de la responsabilidad social empresarial, aplicando una estrategia de largo alcance que combine el lucro de la empresa con el bienestar social. Para Porter la diferencia entre responsabilidad social empresarial y valor compartido es que, la responsabilidad social ubica los problemas ambientales y de la comunidad en la periferia, y no es el centro de la gestión de la empresa; en cambio en el valor compartido las utilidades de las empresas deben ir a la par del progreso social y el desarrollo sostenible de la comunidad debe ser promovido por dichas empresas. (Citado por Mutis, s.f.)

Porter y Kramer (citado por Vidal, 2011) señalan que hay tres formas de proporcionar valor compartido ya sea en economías avanzadas o en desarrollo. Estas formas son: A) nuevos mercados y productos, B) redefiniendo la productividad en la cadena de valor y C) creando clúster.

a) Nuevos productos y mercados

Las empresas rediseñando sus productos para mejorar su calidad y ofrecer mejores condiciones de nutrición y sanidad; desarrollando métodos en los procesos productivos que no impacten en el medio ambiente, están siendo responsables con la sociedad, diferenciándose de sus competidores y así posicionarse en el mercado e incluso ingresar a nuevos.

b) Redefiniendo la productividad en la cadena de valor

El objetivo fundamental de crear valor es que se beneficie tanto la empresa como el cliente, ofreciendo un producto a un bajo costo, pero que no afecte la utilidad de la empresa; pero actualmente la reducción de costos ha afectado a la calidad del producto o a limitado a la empresa tecnológicamente, generando costos internos. Es por eso que Porter y Kramer (2011) proponen que se aplique el valor compartido en la gestión de la cadena de valor, para evitar riesgo empresarial se recomienda que se ayude a los proveedores facilitándoles los recursos de producción y el acceso a la financiación, compartiendo tecnología y transmitiendo conocimiento, ya que el proveedor es el eslabón principal de la cadena de valor. El objetivo es que el proveedor incremente su productividad y que este aumento de productividad permita incrementar beneficios a la empresa.

c) Creación de clúster locales

Para Porter (1998) un cluster es una concentración geográfica de empresas, proveedores especializados, instituciones como universidades y asociaciones de empresarios interconectados. Empresas que compiten pero que también colaboran entre ellas y crean una masa crítica que facilita la competitividad de cada una de las organizaciones que forman parte del cluster. Porter y Kramer (2011) recomiendan a la empresa multinacional que colabore en la construcción de clusters eficientes en cada uno de los lugares donde desarrollan operaciones empresariales. Señalan que el éxito de cada empresa está condicionado por las empresas e infraestructuras que se encuentran en su entorno. La productividad y la innovación están fuertemente influenciadas por la existencia de clusters. El desarrollo de capacidades locales en formación y servicios facilitan la productividad de la empresa. Deficiencias en el entorno donde opera la empresa genera costes internos a las empresas. Porter y Kramer (2011) concluyen que la empresa está creando valor compartido cuando ayuda a construir clusters, al reducir las deficiencias sociales, educativas e institucionales del territorio; pero la empresa también se beneficia ya que un buen cluster local es una fuente de productividad y reducción de costes internos.

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de la Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

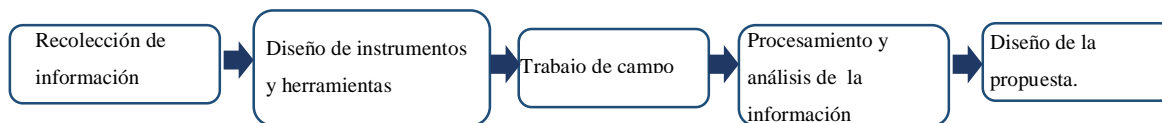
El tipo de investigación tiene un enfoque mixto, busca comprender la percepción de la realidad de los actores involucrados en el tema de investigación, profundizando en sus perspectivas, opiniones y experiencias de los fenómenos que los envuelven.

3.1.2. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es basado en método de estudio de casos que permite explorar el objeto de estudio dentro de su contexto real. Es definido por el Banco Interamericano de Desarrollo (2011) como aquel estudio que:

“Sistematiza a lo largo de un período de tiempo una o varias experiencias o procesos, sus momentos críticos, actores y contexto con el fin de explorar sus causas, y entender por qué la/s experiencia/s o proceso/s objeto de estudio se desarrolló como lo hizo, obtuvo los resultados que obtuvo, y qué aspectos merecen atención particular en el futuro. De esta manera actores externos pueden comprender lo que ocurrió y aprender de esa experiencia o proceso”

La investigación será planteada siguiendo cinco fases: 1) recolección de información secundaria, 2) diseño de instrumentos y herramientas, 3) Trabajo de campo, 4) Procesamiento y análisis de la información, y 5) diseño de la propuesta.



*Figura 7. Diseño de la investigación.
Elaboración: propia*

3.2. Sujetos de la Investigación

El estudio responde a un enfoque mixto, con un muestreo es no probabilístico. La muestra cualitativa es representativa en el nivel de las relaciones socioestructurales, se accede desde la comprensión de la naturaleza del objeto social, de las propiedades y

características de las relaciones sociales estructurales relevantes para la investigación (Mejía, 2000).

Como sujetos de investigación se tiene a los principales actores involucrados en el desarrollo competitivo de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos. Se encuentran categorizados en: entidades públicas, sector privado y sociedad civil organizada (representantes de las asociaciones).

Para el muestreo se utilizará el tipo de muestra típicas o intensivas propuesta por Hernández (2010) para estudios mixtos. Sin embargo teniendo en cuenta la dificultad de acceso para efectuar las entrevistas en las empresas privadas se propone, para este grupo, hacer un muestreo por conveniencia.

3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los métodos y técnicas utilizados son los correspondientes a la investigación cualitativa:

a) Análisis de documentos

Se analizó documentación confiable sobre lo abordado hasta la actualidad en temas relacionados con los objetivos de la investigación. Para ello se utilizó la documentación física o las publicadas en las páginas web del estado, empresas u organizaciones que están involucrados con el tema de investigación.

b) Encuestas

Las encuestas realizadas tuvieron como objetivo de reforzar las entrevistas plasmando así los productores sus perspectivas corroborando de esta manera los diversos datos que teníamos luego de entrevistar a los actores de la presente investigación.

c) Entrevistas

Las entrevistas realizadas han sido de tipo flexibles y abiertas con los actores involucrados en la investigación, logrando recabar información sobre sus perspectivas, opiniones y experiencias, así como su relacionamiento con los demás actores. La herramienta utilizada fue la guía de entrevista, grabadora de audio y libreta de apuntes. Cabe señalar que también se realizó entrevistas a expertos, con la finalidad de poder ahondar en la investigación.

En el desarrollo de la tesis se hizo uso del paquete office, para el análisis de la situación el marco lógico y para el de los actores la metodología PLU.

3.4. Operacionalización de variables

Variables de estudio

- Variable independiente: Propuesta de Plan de Acción.
- Variable dependiente: Competitividad

Cuadro 3 *Operacionalización de variables*

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES
Propuesta: Plan de acción	Constituye un marco o estructura de guía que al implementarse busca mejorar la competitividad de la organización.	Económica Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Número de estrategias formuladas - Calidad de las estrategias formuladas - Número de acciones a implementar
Competitividad	La competitividad es definida por la productividad con la que se hace uso los recursos de una organización y la capacidad de esta para para lograr y mantener una posición en el entorno en que actúa.	Económica Social	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de asociatividad - Capacidades técnico productivas - Capacidades empresariales - Nivel de articulación comercial - Nivel de articulación de actores

Fuente: elaboración propia.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. Situación actual de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos

El potencial de desarrollo que existe en el territorio, permite mejorar las condiciones de vida de una población, localidad o región. El potencial endógeno está constituido por una variedad de recursos económicos, humanos, institucionales y culturales (estructura y base productiva, mercado laboral, capacidades empresariales, nivel tecnológico, infraestructura, sistema social y político, tradición y cultura) sobre los cuales las 19 representantes entrevistados (actores sociales) involucrados en el proceso de crecimiento y desarrollo económico deben trabajar eficientemente con el municipio local para lograr el desarrollo local (Figura 8).

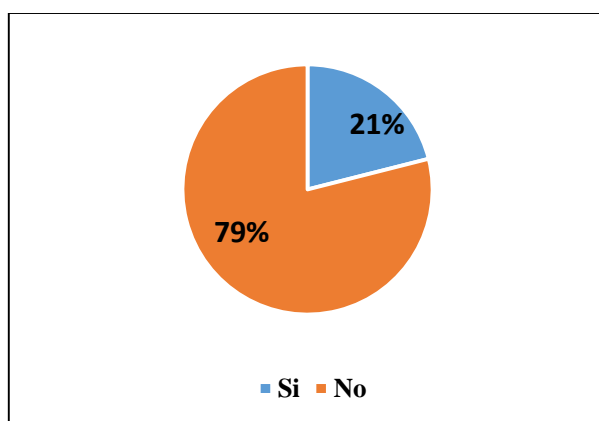


Figura 8 ¿Se ha constituido como agente participante en su municipio local?

El 79% de los entrevistados afirmó que no ha trabajado su municipio local, y solo el 21% refirió que si lo había hecho. Esto es un dato negativo para el desarrollo local, pero se requiere indagar más acerca de la perspectiva que tienen las asociaciones en estudio con respecto al desempeño de la gestión municipal (Figura 9).

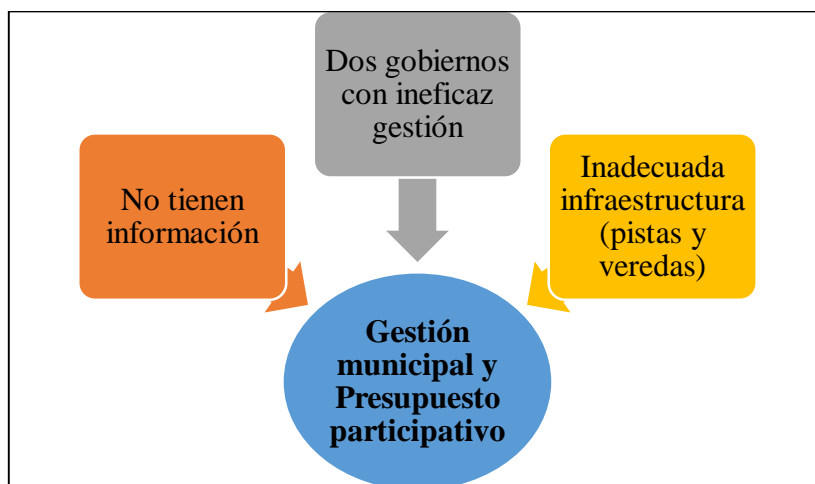


Figura 9 Perspectiva de la gestión municipal y presupuesto participativo

Se identificó tres perspectivas acerca de la gestión municipal y el presupuesto participativo, siendo la primera en que las asociaciones no tienen mucha información acerca del presupuesto participativo, seguido por dos gobiernos locales con ineficaz gestión beneficiando solo a empresas y no a asociaciones agrícolas, para un comunero es desalentador que se les niegue un servicio, como caso en que se solicitó una jefatura de riego tecnificado dentro de la municipalidad para ayudar a los comuneros; y la tercera perspectiva es la inadecuada infraestructura (pistas y veredas) para ayudar al transporte y la urbanización.

Siendo el objetivo más relevante el fortalecer la capacidad económica del valle viejo de olmos para mejorar de esta manera su futuro económico y la calidad de vida de todos los que habitan en él. Así mismo, este proceso requiere que los sectores públicos, privado y no-gubernamental trabajen de una manera conjunta con la finalidad dar solución a sus principales problemas para el desarrollo económico (Figura 10).

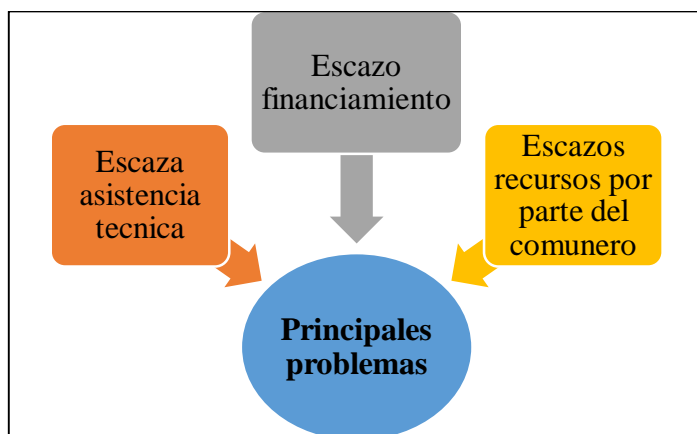


Figura 10 Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.

Se identificó a la escasa asistencia técnica, escaso financiamiento y escasos recursos por parte del comunero, como los tres principales problemas para las asociaciones.

La estructura y base productiva es una variable dentro del crecimiento económico local, por lo que se procederá a identificar los productos que cultivan las asociaciones (Figura 11).

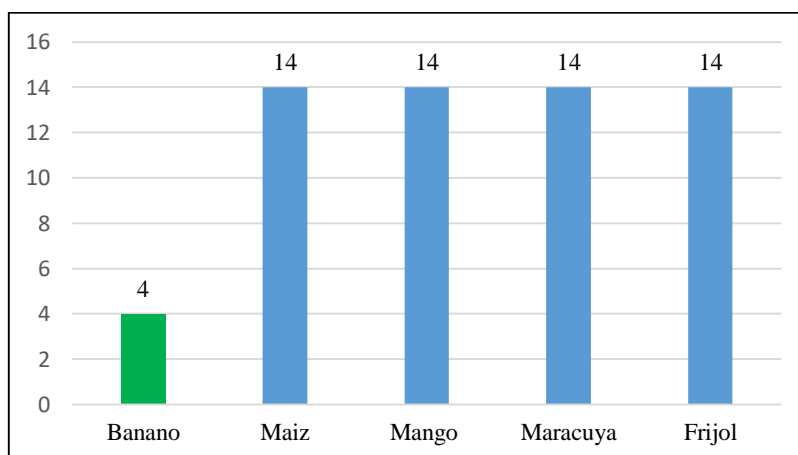


Figura 11 ¿Qué producto cultivan sus agricultores?

14 asociaciones cultivan maíz, mango, maracuyá y frijol, y solo cuatro cultivan banano, principalmente porque tienen predios donde cultivan maíz y crían animales, por lo que se hace difícil que destinen sus tierras solo al cultivo de banano y no tengan variedad para consumir y comercializar.

El banano es un fruto que está siendo impulsado por el PEOT para ser cultivado en el valle viejo de olmos, por lo que se procedió a investigar cuan dispuestos están en hacer una reconversión de su cultivo (Figura 12).

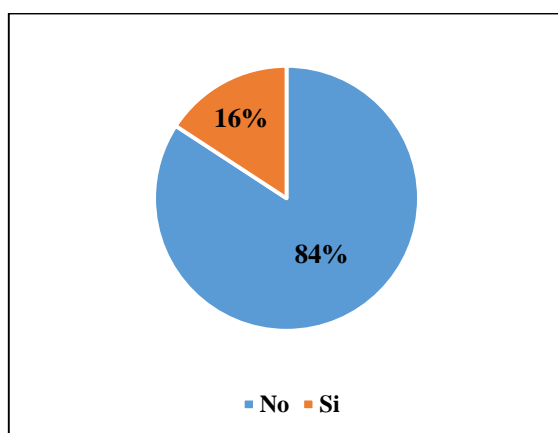


Figura 12 ¿Cuán dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo?

Como se observa el 84% de los 19 representante afirmaron que no están dispuestos a hacer una conversión de cultivo, y solo el 16% (tres representantes) si están dispuestos a reconvertir su cultivo a banano.

Para estudiar el comportamiento de la inversión privada, es necesario conocer la expectativa de los inversionistas, en este caso analizar la perspectiva de los representantes de las asociaciones, respecto a cultivos rentables, identificará en que cultivos están dispuestos a invertir (Figura 13).

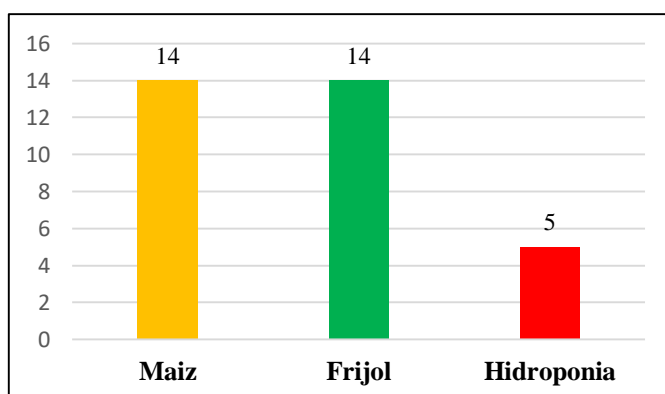


Figura 13 ¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?

14 representes afirmaron que para ellos los productos rentables y factibles son el maíz y el frijol, y solo 5 afirmaron que estarían dispuestos a invertir en hidroponía.

El uso de los recursos naturales como el caso del agua, es una variable que define la competitividad agrícola, por lo que se preguntó a los 19 representantes como realizan su abastecimiento de agua (Figura 14).

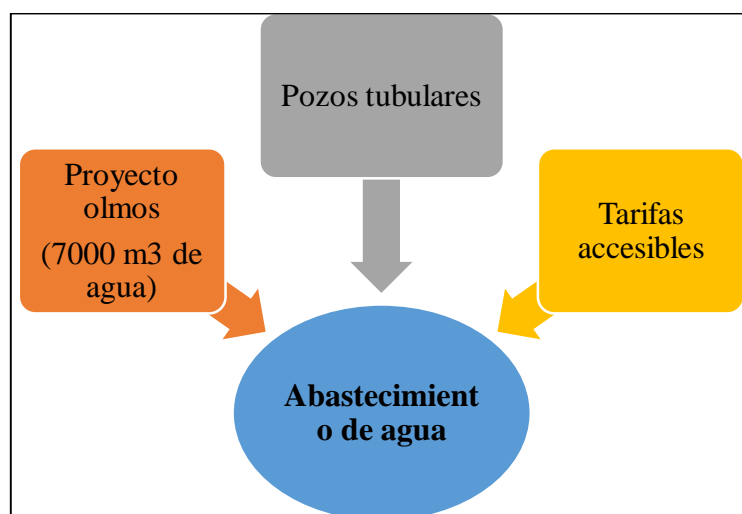


Figura 14 ¿Cómo se están abasteciendo de agua?

Actualmente las asociaciones en estudio, se abastecen a través del proyecto olmos (7000 m3 de agua) y pozos tubulares, afirmando que obtienen el agua a tarifas accesibles.

Una variable para mejorar la competitividad del valle, es conocer su propensión a constituir una cooperativa, por lo que se investigó cuan factible era esto (Figura 15).

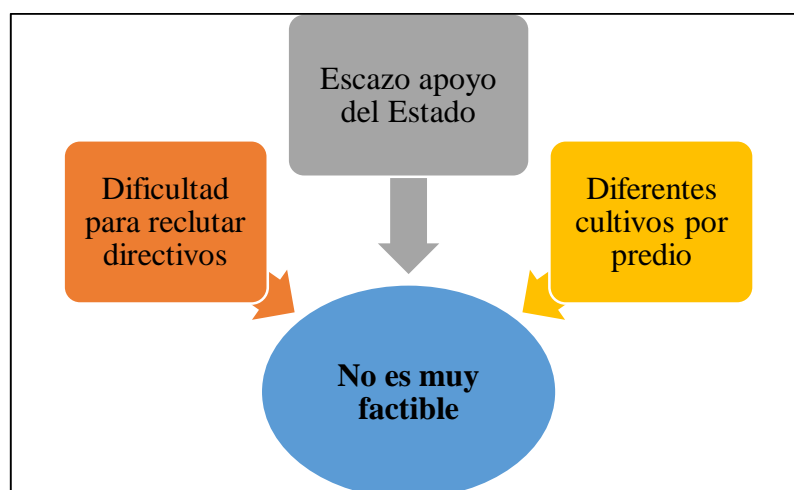


Figura 15 ¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?

Las 19 asociaciones afirmaron que no piensan que sea factible debido principalmente a tres razones, la dificultad para reclutar directivos, escaso apoyo del estado y los diferentes cultivos que poseen por predio.

El apoyo de las empresas privadas ubicadas en olmos, es importante para mejorar la competitividad de los productores, por lo que se preguntó que empresas los han apoyado (Figura 16).

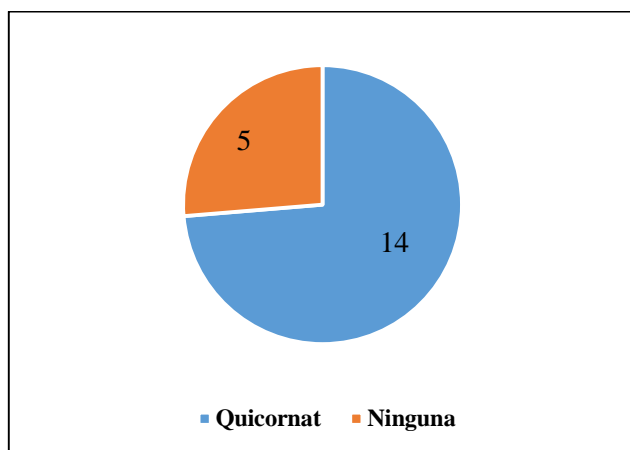


Figura 16 ¿Qué empresas los han apoyado para ser más competitivos?

14 asociaciones afirmaron haber recibido apoyo de la empresa Quicornat, y cinco de ninguna empresa. Cifras que son un reto para mejorar la competitividad.

El apoyo de las instituciones públicas y universidades, es importante para mejorar la competitividad de los productores, por lo que se preguntó que instituciones los han apoyado (Figura 17).

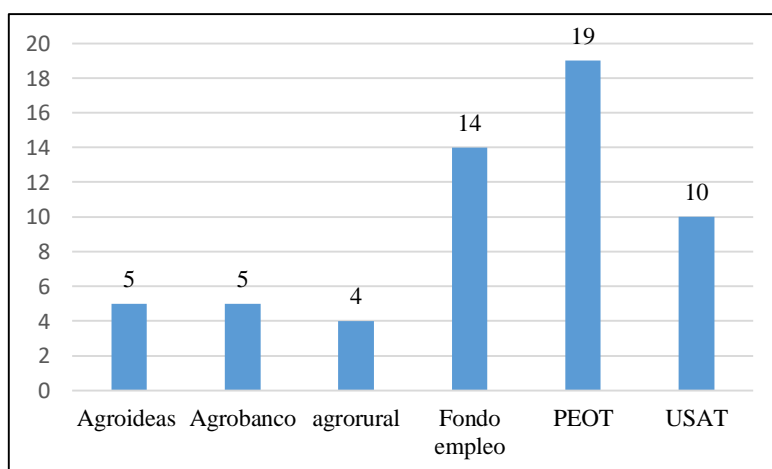


Figura 17 ¿De qué instituciones han recibido apoyo?

Las asociaciones han recibido apoyo de seis instituciones, entre las que se identificaron agroideas, agrobanco agrorural, fondo empleo, PEOT y la universidad USAT. Siendo las tres últimas instituciones las que mayor apoyo han brindado a las asociaciones del valle viejo de olmos.

4.2. Oportunidades de desarrollo ante el Proyecto Especial Olmos Tinajones (PEOT)

Las oportunidades de desarrollo ante el proyecto olmos han sido analizadas como expectativas de las asociaciones de la externalidad que ocasionaría el proyecto en ellos, por lo que se precedió a preguntar por cuales fueron esas expectativas (Figura 18).

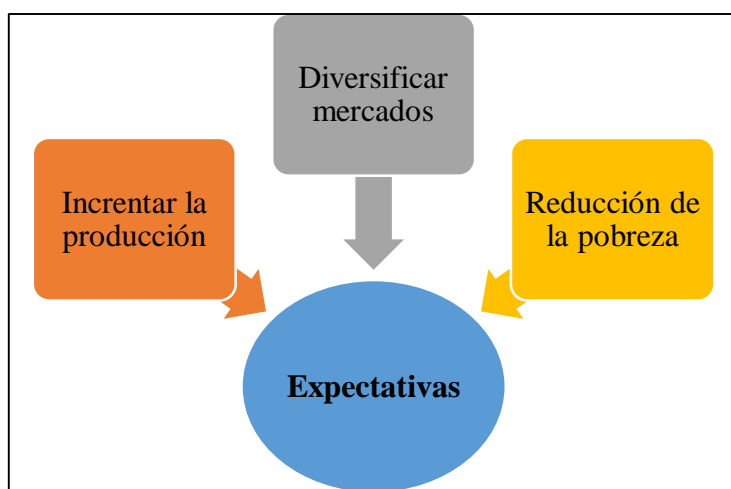


Figura 18 ¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?

Se identificó tres expectativas, incremento de su producción, diversificación de mercados y reducción de la pobreza.

Después de conocer las expectativas que tuvieron respecto al proyecto, sigue preguntarles si esas expectativas se cumplieron o no (Figura 19).

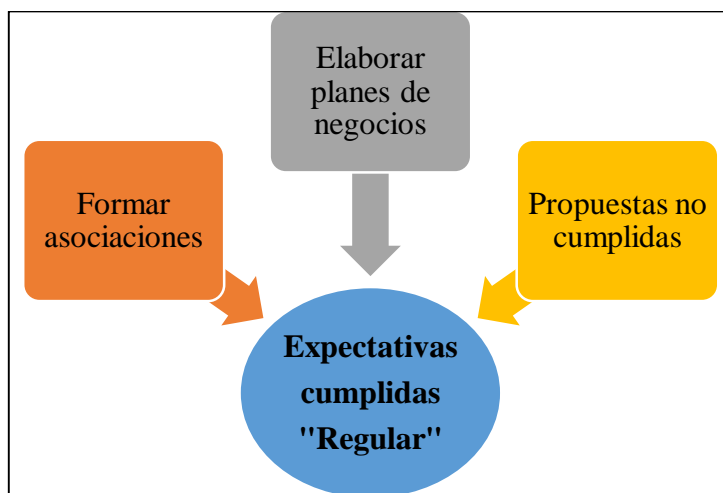


Figura 19 ¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?

Las expectativas se cumplieron de forma regular, estando dentro de los resultados positivos la formación de asociaciones y la ayuda en la elaboración de planes de negocios; y dentro de los resultados negativos la propuestas o promesas no cumplidas a los comuneros, debido a que ellos afirman que un ingeniero dice una cosa y otro otra.

Para evaluar el desempeño de los resultados percibidos del PEOT, se preguntó hacer de los lo programa del PEOT que ellos consideran que les han generado beneficios (Figura 20).

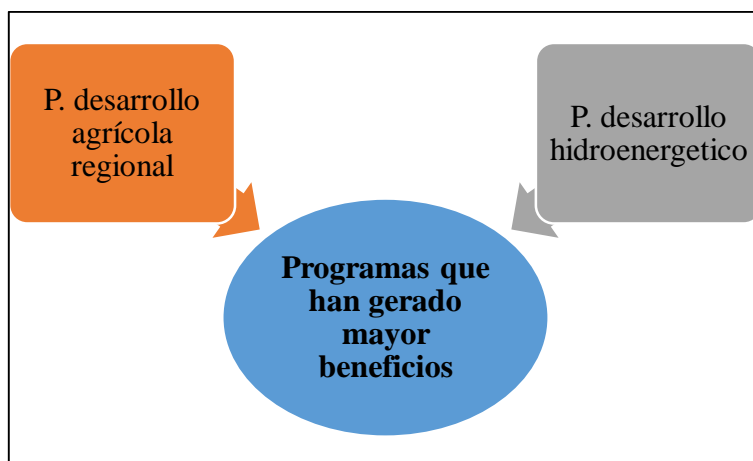


Figura 20 ¿Qué programas del PEOT les han generado mayores beneficios?

Se identificó al programa de desarrollo agrícola regional y al de desarrollo hidroenergetico.

Los programas se dividen en proyectos, por lo que se preguntó cuáles eran los proyectos que han generado mayor beneficio (Figura 21).

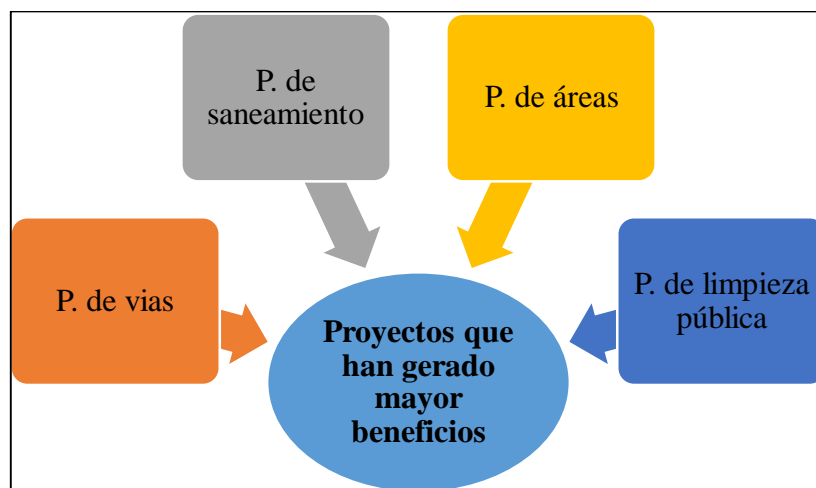


Figura 21 ¿Qué proyectos del PEOT les han generado mayores beneficios?

Se identificó a cuatro proyectos, los cuales fueron el proyecto de vías, de saneamiento, de áreas verdes y por último el proyecto de limpieza pública.

4.3. Oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales para el cultivo alternativo de banano orgánico.

Oportunidades de negocio en el mercado nacional peruano, se han estudiado segmentando a la demanda en empresas, cooperativas y asociaciones que han exportado en el año 2016.

Tabla 1 Oportunidad de negocio con empresas nacionales

Exportadores	Valor FOB
PRONATUR S.A.C	11,297,520
AGRONEGOCIOS LOS ANGELES S.A.C.	9,666,840
CENTRAL PIURANA DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO	7,564,816
CAPEBOSAN – JIBITO	5,761,403
GRUPO HUALTACO S.A.C	5,205,194
AGRICOLA SAN JOSE S.A.	4,861,858
LOGISTICA FRUTICOLA S.A.C.	4,669,509
AGRICOLA CMR EXPORT SAC	3,116,252
AGRO PACHA S.A.	2,688,693
FAIRTRASA PERU S.A.	2,079,012
CORPORACION AGRICOLA FRUTOS DEL NORTE -CORAGRO S.A.C	1,918,297
ANA BANANA S.A.C.	1,809,279
CONDOR PRODUCE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1,740,012
ORGANIA S.A.C	1,407,555
AGROEXPORTACIONES NOR PERU S.A.C.	1,202,261
AGRICOLA SAUSALITO S.A.	1,005,108
MUSTERION INCA DEL PERU S.A.C.	929,460
ORGANICOS RIO VERDE S.A.C.	887,584

CENTRAL DE BANANEROS DEL NORTE	856,716
AGROSOL COOP	784,080
AGRO SANTA VERONICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	686,202
INTERRUPCION PERU S.R.L.	373,307
COORPORACION AGROPESQUERA VIRGEN DE GUADALUPE S.A.C.	350,851
ANDEAN NATURAL PRODUCTS EXPORT IMPORT S.A.C.	333,090
BANANICA S.A.C.	315,252
CORPORACION PERUANA DE DESARROLLO BANANERO S.A.C.	195,804
HANA FARMS SOCIEDAD ANONIMA	153,734
CONSORCIO AGRICOLA DEL NORTE EXPORT- IMPORT S.A.C	139,120
SERVICIOS AGROPECUARIOS DE INNOVACION TECNOLOGICA SCRL.	65,333
EXPORT IMPORT AGRICOLAS S.A.C.	43,222
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	43,200
REFRIGERADOS FISHOLG & HIJOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	30,852
OKEAN TERRA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - OKEAN TERRA S.A.C.	21,598
SILVA VASQUEZ WILFREDO JORGE	7,675
MAPA LOGISTICA INTERNACIONAL SAC	99
TOTAL	72,210,788

Valor FOB (Free on board) es un incoferm empleado para la exportación de mercancías, expresado en dólares americanos. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat, 2017), elaboración propia.

En el primer segmento se identificó a 35 empresas a las cuales se les puede vender banano e iniciar en el proceso de exportación indirecta, alcanzando un total exportado de 72 millones de dólares.

El segundo segmento está compuesto por las cooperativas, las cuales tienen fines de lucro (Tabla 5).

Tabla 2 Oportunidad de negocio con cooperativas nacionales

Exportadores	Valor FOB
COOPERATIVA AGRARIA APPBOSA	13,748,010
COOPERATIVA AGRARIA APBOSMAM	7,692,664
COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUANGALA	2,648,436
COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUAYQUIQUIRA – COOPABOH	2,469,671
COOPERATIVA BANANEROS ORGANICOS SEÑOR DE CHOCAN DE SAN VICENTE DE PIEDRA RODADA	2,014,303
COOPERATIVA AGRARIA AGROEXPORTADORA DEL NORTE	2,001,048
COOPERATIVA AGRARIA PUEBLO NUEVO HUANGALA – CAPNH	1,874,186

COOPERATIVA DE SERVICIOS AGRARIOS Y AGROEXPORTADORA MAMBRE	716,636
COOPERATIVA AGRARIA DE USUARIOS – UBOIC	330,432
TOTAL	33,495,386

Valor FOB (Free on board) es un inco term empleado para la exportación de mercancías, expresado en dólares americanos. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat, 2017), elaboración propia.

En el segundo segmento se identificó a nueve cooperativas a las cuales se les puede vender banano e iniciar en el proceso de exportación indirecta, alcanzando un total exportado de 33 millones de dólares.

El tercer segmento está compuesto por las asociaciones, las cuales no tienen fines de lucro (Tabla 6).

Tabla 3 Oportunidad de negocio con asociaciones nacionales

Exportadores	Valor FOB
ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES ORGANICOS DE QUERECOTILLO	12,896,401
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO VALLE DEL CHIRA	8,814,646
ASOCIACION DE BANANEROS ORGANICOS SOLIDARIOS SALITRAL	7,480,945
ASOCIACION COMUNAL DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DE QUERECOTILLO Y ANEXOS	3,616,029
ASOCIACION DE MICRO-PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DEL ALTO CHIRA MARGEN IZQUIERDA	2,391,190
ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS ORGANICOS SAN RAFAEL	2,239,465
ASOCIACION DE PRODUCTORES ORGANICOS SOLIDARIOS MANUEL BRUNO SUAREZ LA MATANZA	2,222,973
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DE SALITRAL – SULLANA	2,185,945
ASOCIACION DE AGRICULTORES ORGANICOS EL TALLAN-AGROTALLAN	1,922,537
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO SAN AGUSTIN DE MALLARES – APBOSA	1,825,173
ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DE MONTENEGRO VALLE DEL CHIRA SULLANA	300,672
TOTAL	45,895,976

Valor FOB (Free on board) es un inco term empleado para la exportación de mercancías, expresado en dólares americanos. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat, 2017), elaboración propia.

En el tercer segmento se identificó a 11 asociaciones a las cuales se les puede vender banano e iniciar en el proceso de exportación indirecta, alcanzando un total exportado de 45 millones de dólares

Oportunidades de negocio en mercados internacionales, han sido estudiadas en función a los mercados.

Tabla 4 *Oportunidades de negocio en mercados internacionales*

Mercados	Valor FOB
NETHERLANDS (Holanda)	51349073
UNITED STATES	45815337
GERMANY	21097565
BELGIUM	13021813
KOREA, REPUBLIC OF	6790703
FINLAND	6183000
JAPAN	3333896
UNITED KINGDOM	1401449
CANADA	1329770
UNITED ARAB EMIRATES	598019
ITALY	322653
FRANCE	232899
CHINA	30852
RUSSIAN FEDERATION	30728
KOREA, DEMOCRATIC	29715
ECUADOR	12480
PANAMA	12480
PORTUGAL	9720
Total	151,602,152

Valor FOB (Free on board) es un inco term empleado para la exportación de mercancías, expresado en dólares americanos. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat, 2017), elaboración propia.

Se observa los 18 mercados de destino de las exportaciones peruanas de banano fresco en el 2016, alcanzando un total de 151 millones de dólares.

4.4. La cadena productiva del banano orgánico en el Valle Viejo de Olmos.

El cuarto objetivo específico de la presente investigación es analizar la cadena productiva del banano

Tabla 5 *Producción nacional de banano en el 2015 en toneladas*

Años	TOTAL NACIONAL	LAMBAYEQUE
2015	2,145,361	5,171
Porcentaje	100%	0.24%

Fuente: Ministerio Nacional de Agricultura (2016)

La producción nacional de banano fue de 2.14 millones de toneladas, de las cuales Lambayeque participa con 5,171 toneladas, lo cual representa el 0.24% del total; la cual requiere de un análisis con mayor especificidad en la Tabla 9.

Tabla 6 *Cosecha y producción de banano orgánico*

	Cosecha (ha)			Producción TM		
	2014	2015	% Variación	2014	2015	% Variación
Banano orgánico	182	271	48.9	3,877	7,553	94.82

Fuente: Gerencia regional de agricultura de Lambayeque (2017). Hectáreas (ha). Toneladas (TM).

En el año 2014 se cosechaba 182 hectáreas de banano, para el año 2015 la cantidad creció en un 48.9% calculando 271 hectáreas; la producción logró una variación mayor de 94.82%. Habiendo analizado sus hectáreas y toneladas se requiere estudiar su rendimiento, el cual es contenido de la Tabla 10.

Tabla 7 *Rendimiento por hectárea del banano orgánico en Lambayeque*

	Rendimiento (kg/ha)		
	2014	2015	% Variación
Banano orgánico	21,302	27,871	30.84

Fuente: Gerencia regional de agricultura de Lambayeque (2017). Hectáreas (ha). Kilogramos (kg).

En el año 2014 el rendimiento era de 21 toneladas de banano por hectáreas, para el año 2015 la cantidad creció en un 30.84% calculando 27.8 toneladas.

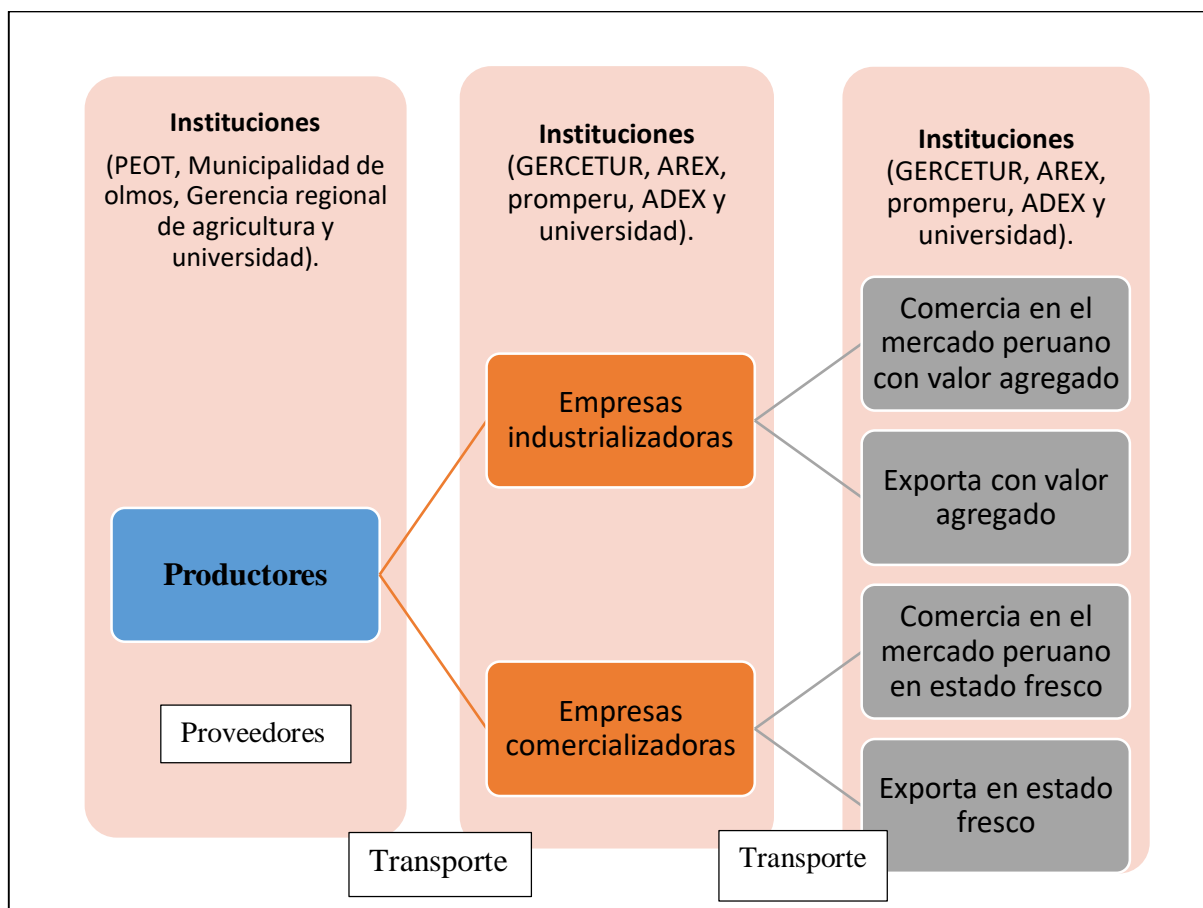


Figura 22 Cadena productiva del banano orgánico de Olmos

La cadena del banano orgánico de Olmos está compuesta por cuatro eslabones identificados, el eslabón de producción del banano como fruta fresca, el eslabón industrialización (deshidratado), el eslabón de transporte y el de comercialización; el cuarto eslabón se divide en comercio local y comercio exterior. Para que estos eslabones sean eficientes, requieren de servicios complementarios de instituciones públicas, privadas y académicas; razón por la que se plantea el quinto objetivo específico.

4.4.1. Información de las instituciones públicas para mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.

Para plantear acciones se realizó primero una entrevista a las instituciones, con el objetivo que las acciones propuestas sean acordes con la realidad.

La información de las instituciones públicas, será la respuesta de las siguientes preguntas: Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?, ¿Qué planes o

programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?, ¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?, ¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos?, ¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?, ¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?

La primera pregunta es ilustrada por la siguiente figura.

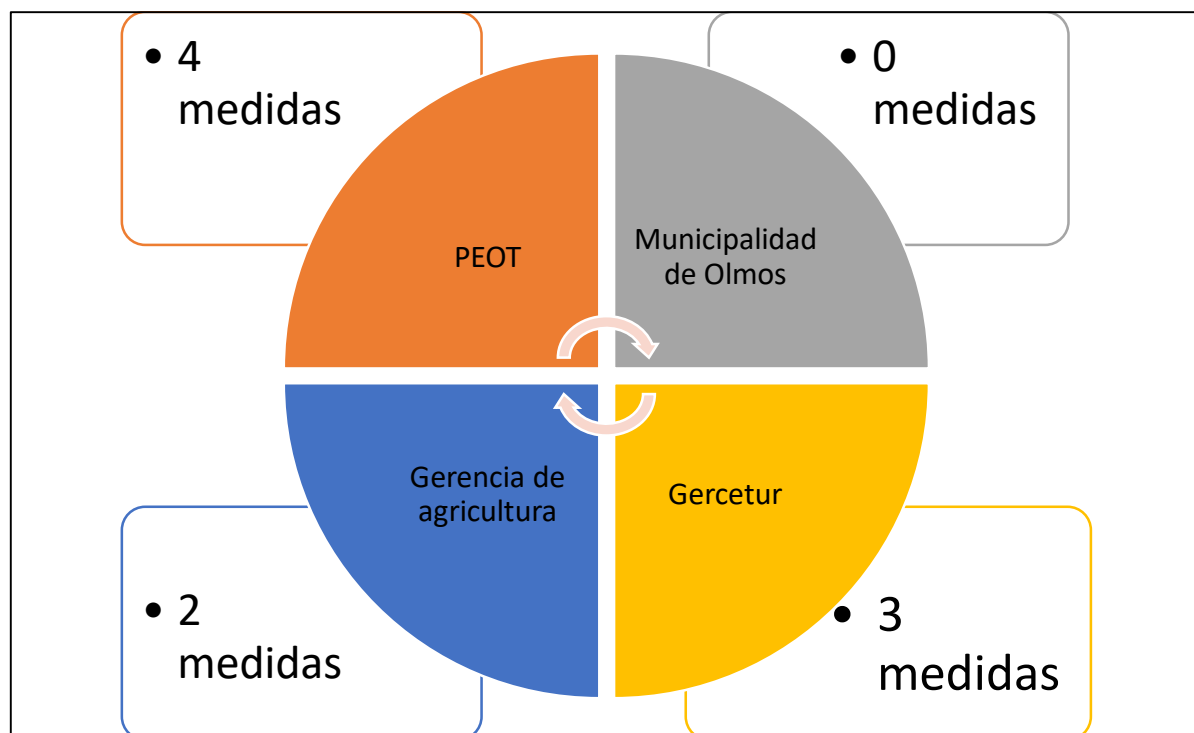


Figura 23 Hasta la fecha, ¿Qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?

El PEOT ha realizado 4 medidas, siendo la primera la formulación del proyecto a nivel factibilidad de infraestructura de distribución (recurso hídrico), seguido de que, en tres años, tres asociaciones formadas producen 100 hectáreas banano, la tercera medida fue el financiamiento por agroideas a 9 asociaciones y la cuarta es realizar cursos de capacitación. La gerencia de agricultura ha realizado 2 medidas, siendo la primera la capacitación, seguido de la asociatividad. Gercetur ha realizado 3 medidas siendo la primera el asesoramiento, seguido de promoción y por la capacitación en gestión exportadora. La municipalidad no ha realizado ninguna medida.

La segunda pregunta es ilustrada por la siguiente figura

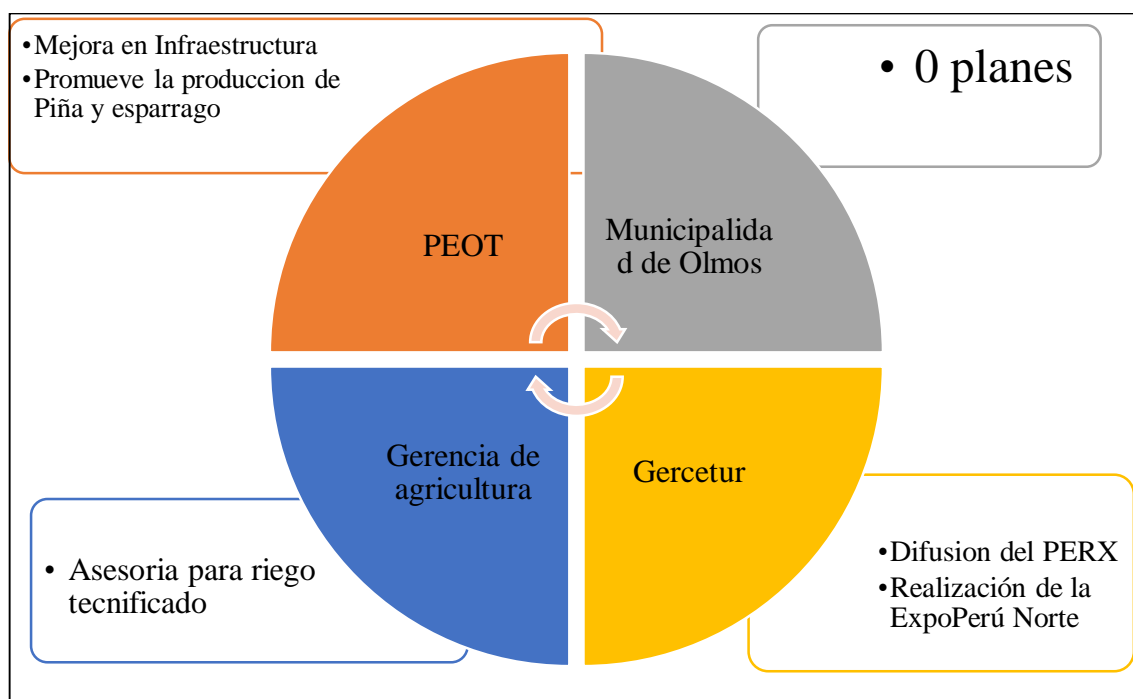


Figura 24 ¿Qué medidas orientadas a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?

Tres de las instituciones públicas entrevistadas si realizan mediadas de apoyo para los pequeños productores.

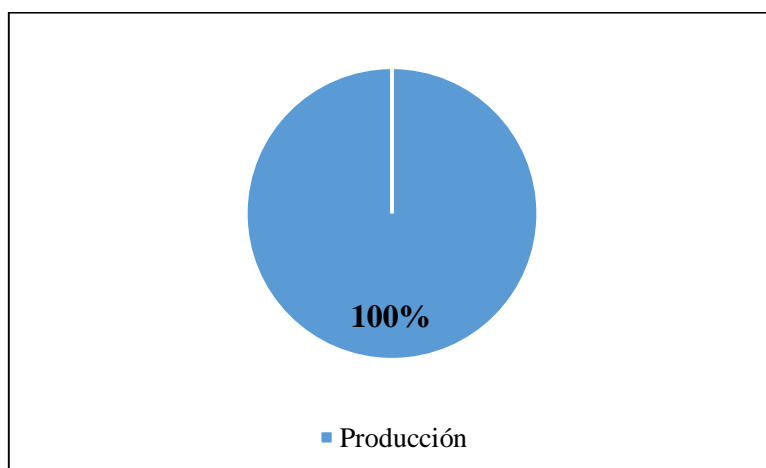


Figura 25 ¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?

El 100% de las instituciones entrevistadas informan que las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas están en etapa de producción.

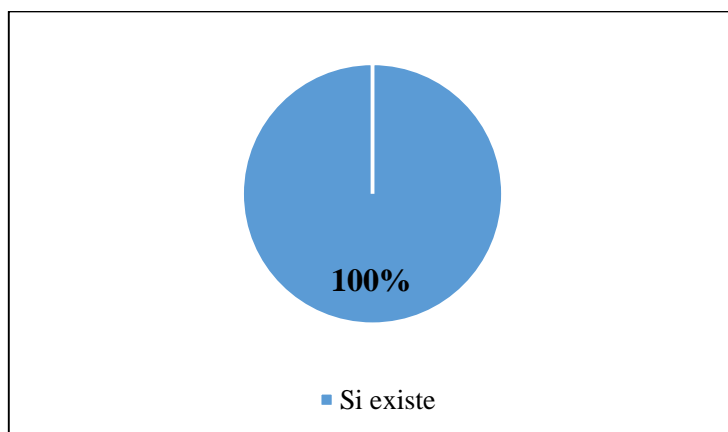


Figura 26 ¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propio los predios?

El 100% de las instituciones entrevistadas opinan que si existe alguna posibilidad de poder hacer propio los predios en el valle viejo de olmos.

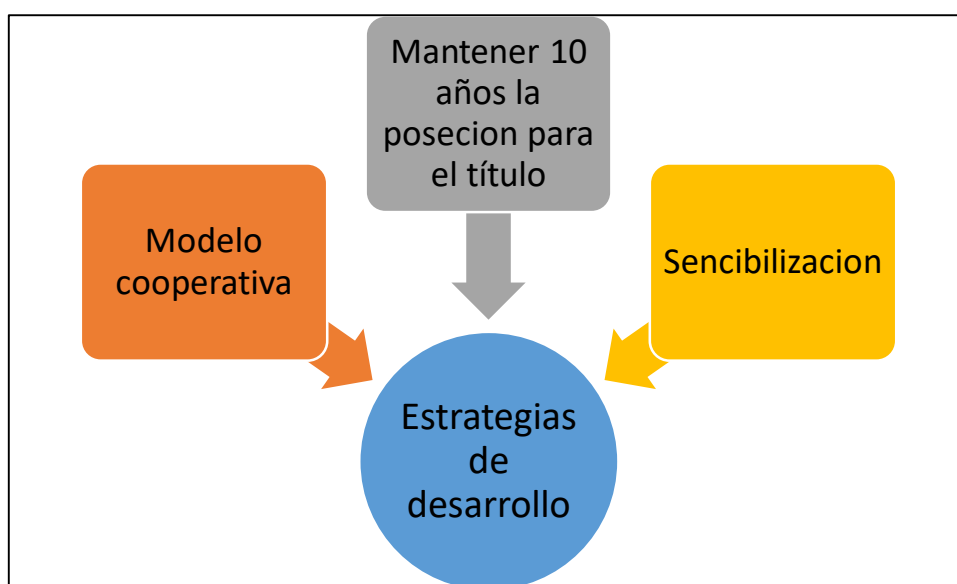


Figura 27 ¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?

Las instituciones entrevistadas propusieron tres estrategias de desarrollo territorial, las cuales fueron el tener un modelo cooperativo, la sensibilización y mantener 10 años la posesión de las tierras para obtener el título de propiedad.

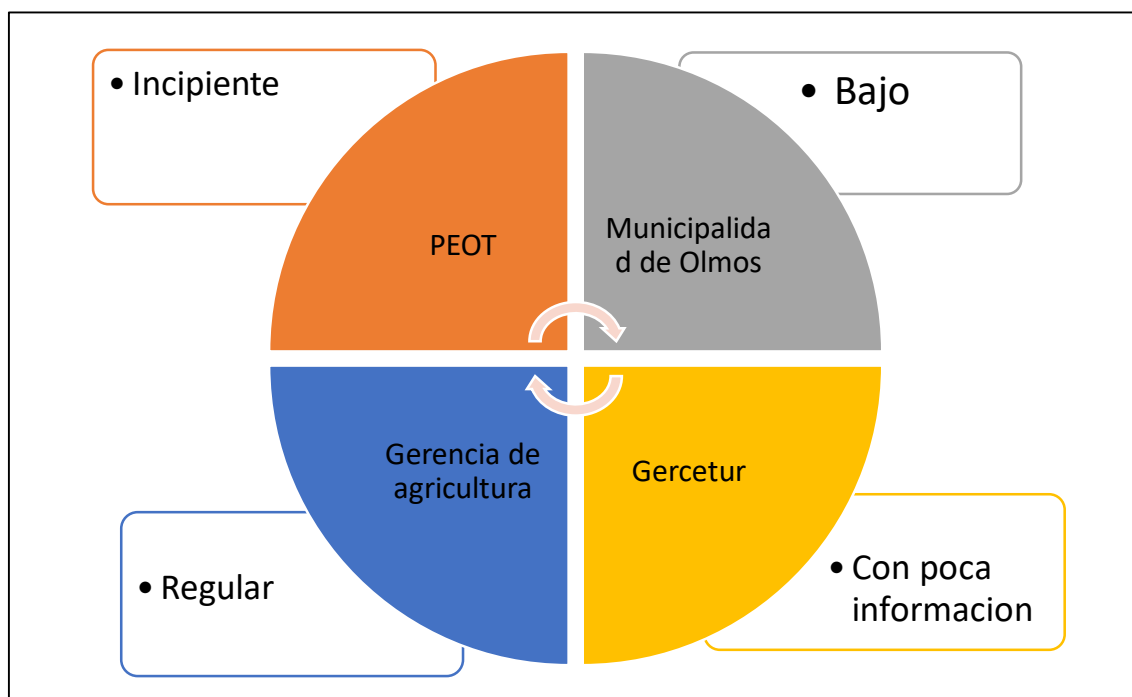


Figura 28 ¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?

Las instituciones entrevistadas informan que el emprendimiento en el valle es regular, bajo, incipiente y con poca información.

4.5. Discusión

La discusión se realizó en base a cuatro objetivos específicos, primero analizar la situación actual de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, segundo identificar las oportunidades de desarrollo ante el Proyecto Olmos Tinajones, tercero identificar las oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales para el cultivo alternativo de banano orgánico y cuarto analizar la cadena productiva del banano orgánico en el Valle Viejo de Olmo.

La discusión de esta investigación está relacionados a los objetivos específicos y difiere con el marco teórico de asociatividad, desarrollo, estrategias, modelos asociativos, cadena productiva y cooperativa. Se describió para su debida interpretación de los resultados los siguientes puntos:

Respecto al primer objetivo el antecedente que proporciona Confederación Nacional de Cacaocultores Dominicanos (CONACADO) (DR-S1007) es que existen experiencias exitosas en la mejora de la competitividad y ellos lo pudieron realizar desarrollando 2

componentes, el primero es el financiamiento y el segundo la cooperación técnica, teniendo como resultado un aumento en un 45% de su producción, sin embargo, en el desarrollo de esta investigación se identificó que la situación de los pequeños productores es de baja competitividad, que solo cuatro asociaciones cultivan banano, existe una baja propensión a cambiar de cultivo y que esto genera incertidumbre con respecto a la rentabilidad y viabilidad de cultivo de banano; posteriormente en el segundo objetivo de la investigación hace referencia a oportunidades de desarrollo, identificando que el PEOT ha incrementado su producción, asociatividad y formulación de planes de negocio, pero con un regular porcentaje de propuestas cumplidas, en comparación con Chong (2011) que identifica cinco componentes de integración y competitividad, como el desarrollo de la vocación agropecuaria, desarrollo del recurso hídrico, desarrollo del parque tecnológico, desarrollo de las actividades no tradicionales y el desarrollo de la gestión pública. La investigación en el tercer objetivo se obtuvo como resultados que, si existen oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales para el cultivo alternativo de banano orgánico, identificando 35 empresas, nueve cooperativas y 11 asociaciones peruanas exportadoras de banano, con 28 mercados en el exterior y valor total de 151 millones de dólares para exportación, a diferencia de los antecedentes de la presente tesis, que ninguno identifica oportunidades de negocio para los pequeños productores. Finalmente, en el cuarto objetivo se identificó que la cadena del banano orgánico de Olmos está compuesta por cuatro eslabones, el eslabón de producción como fruta fresca, el eslabón industrialización (deshidratado), el eslabón de transporte y el de comercialización; el cuarto eslabón se divide en comercio local y comercio exterior, con 271 hectáreas de banano, para que estos eslabones sean eficientes, requieren de servicios complementarios de instituciones públicas, privadas y académicas, a diferencia de los antecedentes de la presente tesis, que ninguno identificó la cadena productiva en donde se desarrollaría su propuesta.

No es adecuado afirmar que la hipótesis obtenida siempre será acertada, en los agentes económicos que implementen la propuesta, principalmente el éxito o fracaso estará a cargo de las instituciones responsables de ejecutar las actividades recomendadas correctamente.

CAPITULO V: PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL VALLE VIEJO DE OLMOS

5.1. Acciones para mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos.

Desarrollar estrategias adecuadas para el apoyo del valle viejo de olmos con enfoque de cadena productiva, requiere impulsar medios de apoyo en los diferentes ámbitos para el desarrollo de la asociatividad. Elaborar y ejecutar planes es un objetivo para desarrollar proyectos el cual se investiguen las ventajas de los diferentes cultivos, en especial el del banano orgánico. Por lo que se iniciara proponiendo acciones para la municipalidad de olmos.

Tabla 8 *Acciones para el gobierno local*

Estrategia	Actividades/Acciones	Responsable
Implementar estrategias para un buen desarrollo de la administración municipal	<ul style="list-style-type: none"> -Mejorar el desarrollo de la comunicación de información en el programa de presupuesto participativo. -Mejora de la calidad del servicio a comuneros -Impulsar capacitaciones para el apoyo a la asociatividad -Implementar programas de sensibilización -Mejora en infraestructura -Articulación con otras instituciones públicas y privadas. -Establecer mesas de diálogo y concertación 	-Municipalidad de olmos

Elaborar proyectos para sensibilizar acerca de las grandes ventajas de la asociatividad para lograr ser competitivos, impulsar la asociatividad mediante incentivos, desarrollar modelos de planes en los cuales el sector privado participe y de esta manera precisar normas claras de juego para impulsar la oferta en la asociatividad.

La municipalidad requiere una rápida articulación con otras instituciones públicas que contribuyan a la administración pública para la elaboración de proyectos o programas relacionados con la competitividad del valle viejo de olmos.

Tabla 9 *Acciones para instituciones públicas*

Estrategia	Actividades/Acciones	Responsables
Impulsar la asistencia técnica (productiva y económica)	<ul style="list-style-type: none"> -Impulsar el cultivo de banano orgánico - Generalizar el riego tecnificado -Mejorar el abastecimiento del recurso hídrico. -Sensibilizar en reconversión de cultivos. -Capacitar acerca de la rentabilidad de los cultivos. -Apoyo en la formulación de planes de negocio. -Mayor acceso al financiamiento. -Mejorar la promoción de productos . Capacitar en gestión exportadora -Trabajo en equipo para beneficio del valle. 	<ul style="list-style-type: none"> -PEOT -Fondo empleo -Agroideas -Agrobanco -Agrorural -Gerencia de agricultura -Gercetur

Este tipo de institucionalidad realiza actividades sin fines de lucro pero pueden ser gestoras de compras y ventas conjuntas de sus afiliados, como un servicio dirigido a lograr para ellos economía de escala, incremento de productividad y rentabilidad. También

pueden crear planes de negocio abastecedoras de insumos o comercializadoras de la producción de sus socios.

El análisis de las cadenas productivas se viene realizando desde décadas atrás con la finalidad de poder determinar las relaciones entre sus diferentes eslabones y actores, así como de identificar los cuellos de botella y proponer estrategias que ayuden a superarlos. para mejorar la competitividad del banano es recomendable que las instituciones públicas trabajen en equipo con las privadas y las universidades, favoreciendo en enfoque de cadena productiva como medio para lograr mejorar la competitividad principalmente dentro del sector agrario del valle viejo de olmos.

Tabla 10 *Estrategias para instituciones privadas*

Estrategia	Actividades/Acciones	Responsables
Articulación con los mercados y cadena productiva.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar la logística y operaciones de la Expo Perú Norte. -Informar acerca de las oportunidades de negocio en el mercado exterior y nacional para el banano orgánico. -Capacitar en buenas prácticas agrícolas (BPA) 	<ul style="list-style-type: none"> -ADEX -AREX -Quicornat

Un correcto análisis de las cadenas productivas ayudara a reconocer los principales obstáculos que impiden un correcto desarrollo de la competitividad de los productos, y posteriormente desarrollar diversos planes y estrategias que ayuden a dar solución a dichos puntos críticos. (Van Der Heyden & Camacho ,2004)

En cuanto a su definición, los autores definen a la cadena productiva como “un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones de

producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado”.

Por otro lado, el sector público, privado y organismos internacionales tienen la responsabilidad de desarrollar planes estratégicos para mejorar ciertos puntos vitales como por ejemplo: la capacidad crediticia, la titularidad de los predios, la limitada infraestructura vial, equidad de los beneficios, entre otros. De igual manera el fortalecimiento institucional (central, regional y local), acuerdos macro, acuerdos de competitividad y la búsqueda de competitividad; son componentes que ayudaran a desarrollar de una manera óptima las cadenas productivas si se ejecutan correctamente

Tabla 11 *Estrategias para universidades*

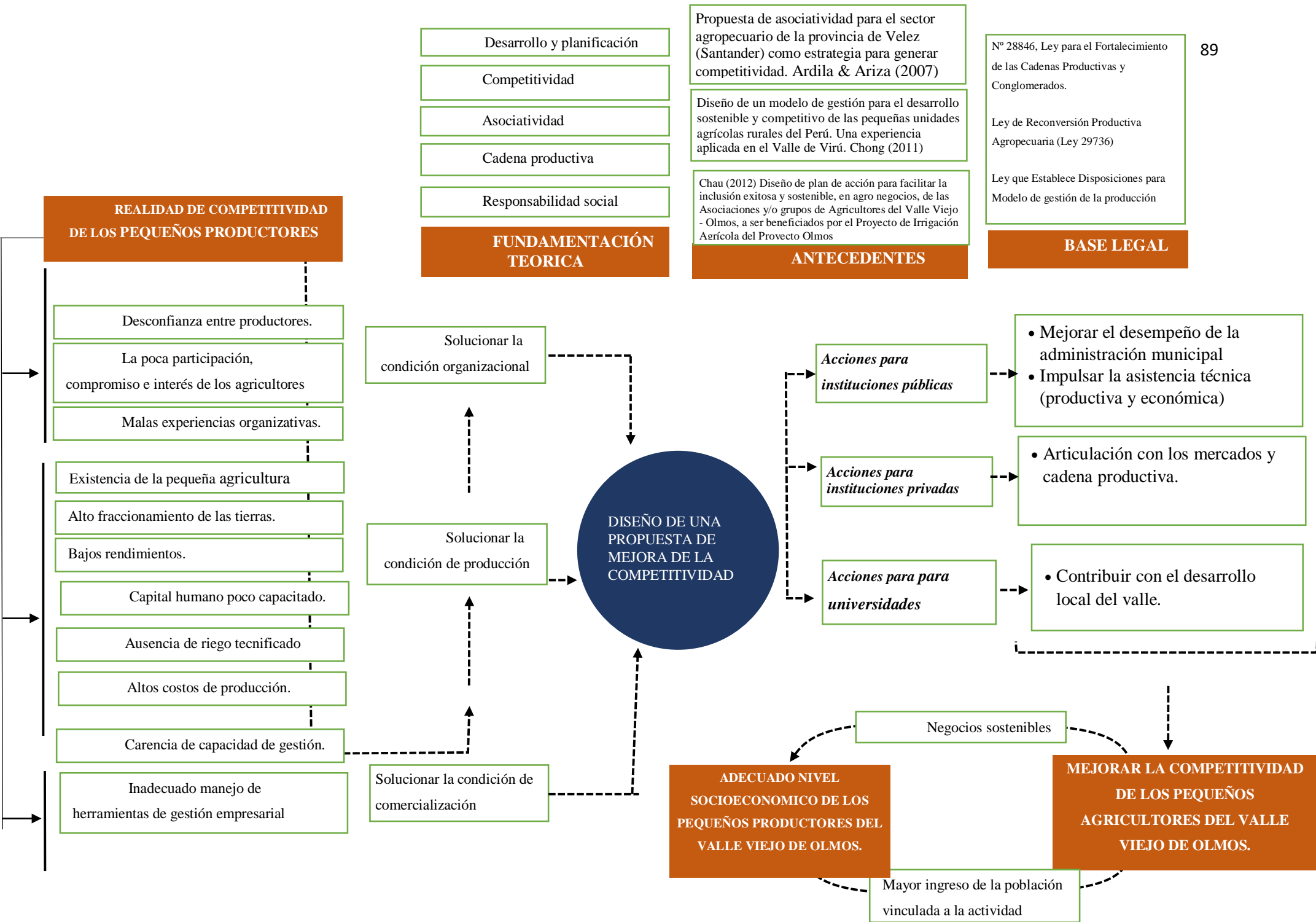
Estrategia	Actividades/Acciones	Responsables
Contribuir con el desarrollo local del valle.	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicar las invenciones tecnológicas de la universidad -Capacitación en gestión estratégica, comercial y productiva -Promover la innovación en el cultivo de banano orgánico -Facilitar las prácticas de los universitarios en las asociaciones 	<ul style="list-style-type: none"> -USAT -UNPRG

Establecer diálogos para la acción, los agentes económicos que conforman la cadena productiva deberán realizar conversaciones con las universidades, estableciendo así un dialogo abierto para poder definir con claridad la competitividad con equidad mediante una frecuente consulta institucional entre los actores privados, estatales y universidades mejorando el trabajo en equipo.

5.2. Esquema de la propuesta

Los agentes egentes economicos logran un desarrollo sostenido, con excelentes resultados que satisfacen tanto las necesidades de corto y largo plazo de todos sus grupos de interés, en el contexto de su entorno operativo.

Los conceptos fundamentales de competitividad forman la base de los siguientes criterios.



Mejorar el desempeño de la administración municipal, impulsar la asistencia técnica (productiva y económica), la articulación con la cadena productiva y el desarrollo local del valle, en base a las teorías de desarrollo, competitividad, cadena productiva, innovación y responsabilidad social, permitirá solucionar los problemas de la inadecuada gestión municipal, escasa asistencia técnica, escasa articulación con la cadena productiva y bajo desarrollo local del valle; para esto las instituciones que conforman la cadena productiva deberán realizar acciones, estableciendo así un dialogo abierto para poder definir con claridad la competitividad con equidad mediante una frecuente consulta institucional entre los actores privados, públicos y universidades mejorando el trabajo en equipo.

Nº 28846, Ley para el Fortalecimiento de las Cadenas Productivas y Conglomerados.

El (Congreso de la República, 2006) aprobó la ley 28846 la cual tiene por objeto establecer el marco institucional y normativo para el fortalecimiento y desarrollo de las Cadenas Productivas y de los Conglomerados, promoviendo el diálogo, la cooperación y la organización empresarial entre los actores económicos y las instituciones públicas, privadas y académicas, en beneficio de la competitividad.

El ámbito de la presente Ley alcanza a todas las fases productivas, comerciales y de servicios, en que intervienen las Cadenas Productivas y los Conglomerados.

El Artículo 2 define como Cadena Productiva al sistema que agrupa a los actores económicos interrelacionados por el mercado y que participan articuladamente en actividades que generan valor, alrededor de un bien o servicio, en las fases de provisión de insumos, producción, conservación, transformación, industrialización, comercialización y el consumo final en los mercados internos y externos.

El Artículo 3 define como Conglomerado una concentración de empresas en un espacio geográfico, orientadas a la producción y/o comercialización de bienes o servicios alrededor de un sector o actividad económica principal, las cuales se interrelacionan entre si, comparten rasgos comunes y una visión de futuro. Asimismo, desarrollan relaciones de cooperación y competencia, e interactúan con una serie de agentes importantes para la competitividad Nacional, Regional y Local, e instituciones representativas del sector público, privado y de la sociedad civil de manera articulada.

El Artículo 4 define siete principios generales, los cuales son la eficiencia, transparencia, equidad, unitario y solidaridad, sostenibilidad, adaptabilidad y mercado.

El Artículo 5 de inserción competitiva en el mercado el Estado, en el marco del Plan Nacional de Competitividad, apoya el desarrollo de Cadenas Productivas y Conglomerados, para su inserción competitiva en los mercados internos y externos. Todos los programas del Sector Público Nacional, Regional y Local brindaran, a cuenta de su presupuesto, apoyo a los actores económicos de las Cadenas Productivas y Conglomerados.

El Artículo 6 de Fondos Concursables y Financiamiento, las entidades públicas, de acuerdo a sus competencias, y a cuenta de su presupuesto, promoverán la constitución de fondos concursables para el financiamiento de la elaboración y ejecución de los planes de negocios de actores económicos vinculados a Cadenas Productivas o Conglomerados en sus diferentes fases de desarrollo. El Banco Agropecuario conforme a lo dispuesto por los artículos 12 y 13 de la Ley N° 27603 financiara preferentemente a los pequeños y medianos productores agropecuarios organizados empresarialmente, en el marco de las cadenas y conglomerados, y les otorgara asistencia técnica para el cumplimiento de sus fines.

El Artículo 7 de incentivos comprende como beneficiarios de las Leyes números 27360, 28298 y 28015, a los productores agropecuarios organizados en Cadenas Productivas y Conglomerados.

El Artículo 8 de Compromisos de Competitividad, el Estado reconoce en sus diferentes niveles nacional, regional y local los compromisos de Competitividad que se celebren entre los actores económicos de la Cadena Productiva o Conglomerado, y las entidades públicas, privadas y académicas involucradas, con objetivos y metas de corto, mediano y largo plazo para desarrollar la competitividad en el marco del planeamiento estratégico de la Cadena Productiva o Conglomerado. La participación pública deberá estar acorde con la disposición constitucional del rol subsidiario del Estado y con la búsqueda de la eficiencia en la asignación de recursos, así como con la asistencia técnica, asesoría e información.

El Artículo 9 de Institucionalidad, por iniciativa del sector público o privado, se crearan espacios para institucionalizar el diálogo y la cooperación entre los actores y

entidades involucradas en las Cadenas Productivas o Conglomerados, con miras a generar los compromisos a que se refiere el artículo anterior y efectuar su seguimiento a efectos de su oportuno cumplimiento.

El Artículo 10 de Arbitraje, el Estado fomenta y recomienda el uso del Arbitraje como mecanismo alternativo idóneo para la solución de controversias entre los actores económicos integrantes de las Cadenas Productivas y Conglomerados, a fin de estimular el cumplimiento oportuno, la continuidad y la sostenibilidad de los contratos que se celebren entre dichos actores económicos.

Ley de Reconversión Productiva Agropecuaria (Ley 29736)

El (Congreso de la República, 2011) aprobó la ley 292736 la cual tiene por objeto declararse de interés nacional y carácter prioritario la reconversión productiva agropecuaria en el país, como política permanente del Estado en los tres niveles de gobierno.

La ley en el artículo 2 refiere la definición y alcances de la reconversión productiva agropecuaria, en artículo 4 refiere sus órganos responsables, el artículo 5 sus componentes, el artículo 6 la aplicación de estos componentes, el artículo 7 refiere los requisitos y condiciones de los productores, el artículo 8 determina planes de cultivo para la reconversión productiva agropecuaria, el artículo 9 asigna la responsabilidad a los gobiernos regionales de identificar y aprobar sus productos banderas, el artículo 10 contribuye con la ejecución de programas y proyectos pilotos y el artículo 11 delimita su financiamiento.

Ley que Establece Disposiciones para Modelo de gestión de la producción

Las reformas estructurales llevadas a cabo a inicios de la década de los 90 se sentaron las bases para la estabilización de la economía peruana, bajo un modelo de economía competitiva de mercado y de reducción de las barreras proteccionistas, que se fue profundizando en la década del 2000 con la suscripción de los diferentes acuerdos comerciales principalmente con EE. UU., la Unión Europea y Asia.

Es en este contexto que el sector privado toma un mayor protagonismo en la actividad productiva, y el Estado asume principalmente el papel de promotor y facilitador de grandes inversiones, procurando un andamiaje adecuado, en sectores

estratégicos como energía e hidrocarburos, minería, transporte, telecomunicaciones, industria y agricultura a través de un marco normativo que buscó generar incentivos al sector privado para obtener mayores ganancias en términos de competitividad y que permitiría al país incrementar los flujos de inversión, encender los motores del crecimiento económico sostenido y generar empleo de calidad.

Precisamente estas reformas emprendidas también impulsaron el desarrollo del sector agrario buscando mejorar los incentivos a la inversión privada en el campo y expandir el potencial de las exportaciones agrarias a través de dos importantes dispositivos legales como son la promulgación en el año 1991 del Decreto Legislativo N° 653 – Ley de Promoción de las Inversiones en el Sector Agrario, norma que liberalizó la regulación del mercado de tierras agrícolas; y la promulgación en 1996 del Decreto Legislativo N° 885 – Ley de Promoción del Sector Agrario para las actividades de cultivos y crianzas, incluyéndose posteriormente en el 2000 a las actividades agroindustriales con la entrada en vigencia de la Ley N° 27360 que aprueba las Normas de Promoción del Sector Agrario.

La Ley de Promoción del Sector Agrario (Ley 27360), norma cuyo periodo de vigencia se amplió con la Ley 28810 y que culmina el 31 de diciembre del 2021. Los beneficios de esta Ley para el sector se centraron básicamente en otorgar incentivos tributarios (aplicación de una tasa de 15% en el impuesto a la renta de tercera categoría y depreciación del 20% por las inversiones en obras de infraestructura hidráulica y de riego) y laborales (régimen laboral especial de contratación temporal para los trabajadores del agro) a las unidades agropecuarias que se acogieron a esta norma.

Los resultados a nivel macroeconómico son claramente evidentes cuando se compara los efectos de la Ley de Promoción Agraria, antes y después de la entrada en vigor de la Constitución de 1993. Durante el periodo 1993-2017 se alcanzaron tasas altas y sostenidas de crecimiento económico en la actividad agropecuaria a comparación de lo registrado en el periodo 1970-1992.

Por otro lado, la productividad total de los factores (PTF) en el agro, según mediciones del Banco Interamericano de Desarrollo, retrocedía 1.2% por año antes de 1993, en cambio posterior a ese año, la PTF de la actividad agraria alcanzó una tasa de

crecimiento anual de 2.5%, cifra que además se encuentra por encima de lo registrado por países de la región como Chile, Costa Rica, México, Ecuador, Argentina y Uruguay.

Situación similar se observó en ambos periodos en relación con el comportamiento de las exportaciones agrarias, particularmente los productos no tradicionales, donde las ganancias para el país fueron notoriamente más visibles durante los últimos 25 años, convirtiéndose en el segundo sector económico generador de divisas.

Los datos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH), hace énfasis en los impactos positivos de la actividad agrícola en cuanto a la generación de empleo de calidad, debido a la creación de nuevos puestos de trabajo mejor remunerados y con los correspondientes beneficios sociales en actividades agrícolas y agroindustriales, habiéndose incrementado en casi 60% el empleo formal en los últimos 10 años al pasar de 467 a 733 mil puestos de trabajo. Asimismo, a diferencia de aquellos trabajadores empleados en el sector informal donde no reciben ningún beneficio social, los trabajadores del agro formal registraron en el 2016 un ingreso que en promedio fue de casi el doble de lo registrado por los trabajadores informales. Cifras del Ministerio de Agricultura corroboran esta misma tendencia en relación al aumento del jornal en el agro el cual se ha multiplicado por más de dos veces en 22 de las 24 regiones en la última década, llevando a reducir entre el 2004 y 2015 los índices de pobreza de los trabajadores agropecuarios en la costa pasando de una tasa de 69% a 21%, en el mismo periodo.

Conclusiones

1. La situación de los pequeños productores es de baja competitividad, debido a una inadecuada perspectiva de gestión municipal, pocas asociaciones cultivan banano (cuatro) y baja propensión a cambiar de cultivo.
2. El PEOT ha incrementado la producción, asociatividad y formulación de planes de negocio para los pequeños productores del valle.
3. Si existen oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales para el cultivo alternativo de banano orgánico, identificando a 35 empresas, 9 cooperativas, 11 asociaciones y 28 mercados en el exterior.
4. La cadena del banano orgánico de Olmos está compuesta por cuatro eslabones, el eslabón de producción como fruta fresca, el eslabón industrialización (deshidratado), el eslabón de transporte y el de comercialización; el cuarto eslabón se divide en comercio local y comercio exterior
5. La propuesta de mejora de competitividad tiene un enfoque sistémico basado en el desempeño de la administración municipal, la asistencia técnica (productiva y económica), la articulación con la cadena productiva y la innovación (contribución de las universidades) a través de las 25 acciones contenidas en la propuesta podría mejorar la competitividad de los pequeños productores del valle viejo de Olmos.

Recomendaciones

1. Las instituciones como Municipalidad de olmos, PEOT, Fondo empleo, Agroideas, Agrobanco, Agrorural, Gerencia de agricultura, GERCETUR, ADEX, AREX, Quicornat, UNPRG y USAT deben disminuir la incertidumbre con respecto a la rentabilidad y viabilidad de cultivo de banano en valle viejo de Olmos.
2. Al Proyecto Especial Olmos Tinajones (PEOT) se le recomienda disminuir el porcentaje de propuestas incumplidas en valle viejo de Olmos.
3. Se recomienda a las instituciones como GERCETUR, ADEX, AREX y Quicornat ayudar a los pequeños productores del valle viejo de Olmos para aprovechar los 72 millones en negocios con empresas, 33 millones en negocios con cooperativas, 45 millones en negocios con asociaciones y los 151 millones de dólares para exportación de banano.
4. Para que los eslabones de la cadena productiva del banano sean eficientes, se requiere de servicios complementarios de instituciones como la Municipalidad de olmos, PEOT, Fondo empleo, Agroideas, Agrobanco, Agrorural, Gerencia de agricultura, GERCETUR, ADEX, AREX, Quicornat, UNPRG y USAT.
5. Las instituciones como la Municipalidad de olmos, PEOT, Fondo empleo, Agroideas, Agrobanco, Agrorural, Gerencia de agricultura, GERCETUR, ADEX, AREX, Quicornat, UNPRG y USAT que conforman la cadena productiva deberán realizar las 25 acciones contenidas en la propuesta, estableciendo así un dialogo abierto para poder definir con claridad la competitividad con equidad mediante una frecuente consulta entre los 13 responsables mejorando así el trabajo en equipo.

Referencias

- Agbón, G. (2004). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina*. Recuperado de http://observ-ocd.org/sites/observ-ocd.org/files/publicacion/docs/350_177.pdf
- Aghón, G. (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo. Chile*. Recuperado de <http://archivo.cepal.org/pdfs/2001/S2001704.pdf>
- Agriconsult Peru SAC. *Modalidades asociativas del agro en el Perú*. Recuperado de <http://www.agc.pe/PubAttach/d83251f6-c8fd-4e4c-96c7-4e0d6fa275ba.pdf>
- Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe (2014). *Recomendaciones de políticas*. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8FEB84DDEE06894205257E3B0071A3C2/\\$FILE/AIAF.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8FEB84DDEE06894205257E3B0071A3C2/$FILE/AIAF.pdf)
- Albuquerque F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local*. Buenos Aires. Recuperado de http://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area_enfoque_del_0.pdf
- Alvarez M., Riveros H. & Rojas M. (2005). *Orientaciones generales para la promoción y apoyo de las cadenas agroproductivas en el Perú*. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.minam.gob.pe:8080/biam/bitstream/handle/minam/1453/BIV01234.pdf?sequence=1>
- Ardila O. & Ariza L.(2007). *Propuesta de asociatividad para el sector agropecuario de la provincia de Velez (Santander) como estrategia para generar competitividad*. Universidad Industrial de Santander. Santander.
- Arimany L. (2010). *La cadena de valor*. Recuperado de <http://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). *Pautas para la elaboración de Estudios de Caso*. Recuperado de

<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6434/Pautas%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20Estudios%20de%20Caso.pdf?sequence=1>

Benavides, S., Muñoz, J., & Parada, A. (Enero - abril, 2004). El enfoque de competitividad sistémica como estrategia para el mejoramiento del entorno empresarial. *Economía y Sociedad*. Recuperado de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/viewFile/1097/1021>

Bittán, M. (2012, 26, 11) *La estrategia competitiva y las cinco fuerzas de Porter*. Recuperado de: <http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/la-estrategia-competitiva-y-las-cinco-fuerzas-de-porter>

Castillo P. (2011). Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. *Internacional del Mundo Económico y del Derecho*. 3, 1-12.

Centro Municipal de Servicios para el Desarrollo Agroindustrial de Sumpango (CEMUSDA). *Competitividad de pequeños productores agrícolas indígenas (SP/TC-O 105020-GU)*. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=798692>

CEPAL (s.f.) *La responsabilidad social empresarial, una prioridad en el mundo empresarial moderno*. Recuperado de: <http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/8/12168/respempresarialglobal.pdf>

CEPAL. (2006). *Fernando Fajnzylber, una visión renovadora del desarrollo de América Latina*. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2458/S0600410_es.pdf?sequence=1

Chávez J. (2012). *Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad: el caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca*. Instituto tecnológico de Oaxaca. Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Chong, M. (2011). *Diseño de un modelo de gestión para el desarrollo sostenible y competitivo de las pequeñas unidades agrícolas rurales del Perú. Una experiencia aplicada en el Valle de Virú*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de

<http://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/bitstream/handle/10535/7913/Tesis%20MChongPS.pdf?sequence=1>

Comisión económica para América Latina y el Caribe (2000). Proyecto CEPAL/gtz *desarrollo económico local y descentralización en América Latina*. Recuperado de <http://campesinoacampesino.com/biblioteca/files/original/0036fb4747ed27c394efbb08c1daca3.pdf>

Confederación Nacional de Cacaocultores Dominicanos (2012). *Competitividad de pequeños productores de cacao orgánico de la confederación nacional de cacaocultores dominicanos (CONACADO) DR-S1007*. Recuperado de http://www.cggc.duke.edu/pdfs/Duke_CGGC_Cacao_Republica_Dominicana_Dic_2012.pdf

Fundación Cooperación al Desarrollo y Promoción de Actividades Asistenciales CODESPA (2011). *Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor*. Recuperado de <http://www.codespa.org/blog/publicaciones-notas-tecnicas/metodologia-de-analisis-de-cadenas-productivas-bajo-un-enfoque-de-cadenas-de-valor/>

Convención Nacional del Agro Peruano (2014). *Los beneficios de la asociatividad en la pequeña agricultura*. Recuperado de <http://www.conveagro.org.pe/taxonomy/term/1>

David, F. R. (2013) *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación, México. Recuperado de: <https://bibliotecat2.files.wordpress.com/2014/10/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>

De La Dehesa G. (1993). *Capital humano y crecimiento económico*. Recuperado de http://www.guillermodeladehesa.com/files/capital_humano_y_crecimiento_economico.pdf

De la Fuente A. (2003). *Capital humano y crecimiento en la economía del conocimiento*. Recuperado de <http://www.ieede.com/pymes/pymesonline/docponline168.pdf>

- Rojas D, (2015). *Michael Porter Cadena de Valor*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/271774992/Michael-Porter-Cadena-de-Valor#scribd>
- Fernández L. & Gutiérrez M. (2013) Bienestar social, económico y ambiental para las presentes y futuras generaciones. *Información tecnológica*, 24(2), 121-130 doi: 10.4067/S0718-07642013000200013
- Fundación CODESPA (2011). Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor. Recuperado de [file:///C:/Users/Susan-Pc/Downloads/metodologias-analisis-bajo-enfoque-cadenas-de-valor%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Susan-Pc/Downloads/metodologias-analisis-bajo-enfoque-cadenas-de-valor%20(1).pdf)
- Garraida J. (2013). *La cadena de valor*. Recuperado de <http://openmultimedia.ie.edu/OpenProducts/cdv/cdv/Cadena%20de%20valor.pdf>
- Gómez L. (2011). *Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso*. Recuperado por http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresarial.pdf
- Gracia, M. (2006). *La competitividad sistémica: Elemento fundamental de desarrollo regional y local*. Recuperado de <http://www.umar.mx/revistas/29/competitividad.pdf>
- Grajnera, J. M., Gamboa, I. I. & Molina, A. V. (2003). *Los clusters como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Recuperado de: <http://www.ehu.eus/cuadernosdegestion/documentos/413.pdf>
- Grueso M, Hernán J. & Garay L. (2009). *Procesos de asociatividad empresarial: Aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional*. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3783/01248219-2009-44.pdf?sequence=1>
- Guerra, L. (2010). *Ciclo de vida de un clúster*. Recuperado de: <http://clusterizando.com/2010/09/05/ciclo-de-vida-de-un-cluster/>

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hidalgo R. (2012, mayo). Estrategia de asociatividad para el desarrollo económico local. *Gestión Descentralizada*. Recuperado de http://www.gestionpublica.org.pe/plantilla/rxv5t4/1029474941/enl4ce/2012/mayo/revges_1535.pdf
- <http://www.codespa.org/blog/publicaciones-notas-tecnicas/metodologia-de-analisis-de-cadenas-productivas-bajo-un-enfoque-de-cadenas-de-valor/>
- IICA (1995). *Elementos para un enfoque de la competitividad en el sector agropecuario*. Recuperado de: <http://repiica.iica.int/DOCS/B0103E/B0103E.PDF>
- INEI. (2012). *Características de la Economía Departamental*. Recuperado de http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1101/cap01.pdf
- Instituto Ecuatoriano de la Economía Política. *La importancia de las instituciones en el desarrollo en un país*. Recuperado de http://www.ieep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3621:la-importancia-de-las-instituciones-en-el-desarrollo-en-un-pais&catid=31:desarrollo-economico&Itemid=101
- Leandro G. (2002). *Desarrollo económico y de capital humano: algunos conceptos básicos*. Recuperado de <http://www.auladeeconomia.com/articulo9.htm>
- Maceratesi G. (2010). *El papel del emprendimiento y la economía social en el desarrollo local*. Universidad Internacional de Andalucía. España. Recuperado de http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1461/0192_Maceratesi.pdf?sequence=1
- Maldonado G. (2012). *Determinantes e impactos de la asociatividad para el comercio justo: El caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010*. Universidad Católica del Perú. Perú
- Maratuech W. (2009). *Ventajas de la asociatividad*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/17688173/Ventajas-de-La-Asociatividad#scribd>

- Martínez J. (2007). *Las instituciones y el desarrollo económico*. Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/jmm-des.htm>
- Mejía, J. (2000). *El muestreo en la investigación cualitativa*. Perú.
- Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires. (2006). *Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires*. Recuperado de <http://www.ec.gba.gov.ar/prensa/Archivos/Cuaderno74.pdf>
- Musayón L. & Núñez R. (2014). *Propuesta de fortalecimiento asociativo para pequeños productores apícolas caso: asociación del sector cascajal olmos Lambayeque*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Perú
- Mutis, G. (s.f.). *Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto*. Recuperado de: http://www.liderazgoygestion.com/articulos_gm/valorcompartido.pdf
- Neyra I. (2007). Capital humano y desarrollo económico mundial: modelos econométricos y perspectivas. *Estudios Económicos de Desarrollo Internacional*, 7-2.
- OCDE & Eurostat (2005) *Manual Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera edición. Recuperado de: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05_spa.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (2014). *¿Qué es agricultura familiar?* . Recuperado de <http://www.fao.org/family-farming-2014/home/what-is-family-farming/es/>
- Organización para la cooperación y el desarrollo económico (2007). *Capital humano: Cómo moldea tu vida lo que sabes*. Recuperado de <http://www.oecd.org/insights/38435951.pdf>
- Proyecto de Cooperación UE-Perú / PENX (2008). *Cadenas Productivas*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Cadenas_Productivas%2020080912.pdf

- Romero, R. (2009). *Las formas asociativas en la agricultura y las cooperativas*. Recuperado de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_41/analisis/5%20roxana%20beatriz%20romero.pdf
- Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (2015). *Manual de Legislación Ambiental*. Recuperado de http://legislacionambientalspda.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=27&Itemid=3161
- Soto O. (2014). *Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe - Departamento de Lambayeque*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Perú.
- Swinburn G. (2006). *Local Economic Development*. Washington. Recuperado de <http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/8ed7e1a855d114d5f497050693654a4c.pdf>
- Swinburn G., Goga S., & Murphy, F. (2006). *Desarrollo Económico Local: Un instructivo para el desarrollo y la implementación de las estrategias y planes de acción de desarrollo económico local*. Recuperado de http://siteresources.worldbank.org/INTLED/5526481107469268231/20932673/Spanish_Primer.pdf
- Van Der Heyden & Camacho P. (2006). Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. 2. *Ruralter*. Recuperado de http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2012/09/guia_metodologica_analisis_cadenas_productivas_2006.pdf
- Veiga, L. (2001). *Innovación y competitividad*. Recuperado de: http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2011/10/hoy_ayer.pdf
- Vela, L. & Gonzales, J. (2011). *Competitividad del sector agrario peruano, problemática y propuestas de solución*. Recuperado de <http://web.ua.es/es/giecryal/documentos/agricultura-peru.pdf?noCache=1320137876922>

- Vergaray P. (2013). *Cadenas productivas*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/la-libertad/eeer-la-libertad-2013-vergaray.pdf>
- Vidal, I. (2011). *El principio de valor compartido de Porter y Kramer*. Recuperado de: http://s3.amazonaws.com/redinamiza/documentos/el-principio-de-valor-compartido-de-porter-y-kramer/El_principio_de_valor_compartido.pdf.
- Villacorta A. (2001). *Desarrollo económico local: definición, alcances y perspectivas en América Latina*. Recuperado de <http://www.condesan.org/e-foros/DesLocal/AVillacorta.pdf>

Anexos:**Validación de entrevista por el Ing. Luis Alberto Paz Lamas:**

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Chiclayo, Mayo 2018

Señor:
LUIS ALBERTO PAZ LAMAS
Lambayeque.

De mi consideración

Reciba el saludo institucional y personal y al mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño de Investigación para el posterior desarrollo del mismo con el fin de obtener el Título de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales.

Como parte del proceso de elaboración del informe se ha elaborado un instrumento de recolección de datos, el mismo que por el rigor que nos exige es necesario validar el contenido de dicho instrumento; por lo que, reconociendo su formación y experiencia en el campo profesional y de la investigación recurro a Usted para en su condición de EXPERTO emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto a usted los siguientes documentos:

- Instrumento detallado con ficha técnica.
- Ficha de evaluación de validación.
- Matriz de consistencia de la investigación.
- Cuadro de operacionalización de

variables. Sin otro particular quedo de usted.

Atentamente,

Firma _____



Nombre: **Gonzales Sialer Susan Katherine y Martinez Paz Yanitza Maricelo Elizabeth.**

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

GUIÓN DE ENTREVISTA

1. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

2. Autor(a):

Gonzales Sialer Susan Katherine y Martínez Paz Yanitza Maricielo Elizabeth

3. Objetivo:

Recolección de información para realizar el diagnóstico de la situación de actual y perspectivas de los actores involucrados en el desarrollo del Proyecto Olmos, así como el análisis de la cadena del Banano Orgánico.

4. Estructura y aplicación:

El presente guión de entrevista está estructurado en base a 15 ítems, los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

El instrumento será aplicado a una muestra de DIECINUEVE (19) representantes, distribuidos POR ASOCIACIÓN.

GUION DE ENTREVISTA

Estimado Sr. Luis Alberto Paz Lamas: El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para realizar el diagnóstico de la situación de actual y perspectivas de los actores involucrados en el desarrollo del Proyecto Olmos, así como el análisis de la cadena del Banano Orgánico, agradeceré proceder según la instrucción para dar respuesta

GUÍA DE ENTREVISTA

BLOQUE 1. Contexto general

Pregunta 1: ¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?

Pregunta 2: ¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?

Pregunta 3: ¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?

Pregunta 4: Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)

Pregunta 5: ¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?

Pregunta 6: ¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?

Pregunta 7: Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.

BLOQUE 2. Cultivo y la asociatividad en los pequeños agricultores.

Pregunta 8: ¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntáramos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)

Pregunta 9: ¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?

Pregunta 10: Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?

Pregunta 11: ¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?

Pregunta 12: ¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?

BLOQUE 3. Relación con las instituciones y/o empresas involucradas en el Proyecto Olmos.

Pregunta 13: ¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?

Pregunta 14: ¿De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)

Pregunta 15: ¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?

FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

1. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

2. Estructura detallada:

Variable	Dimensiones	Items	Preguntas
Competitividad	Económica general	¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
		¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?	
		¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?	
		Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)	
		¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?	
		¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?	
		Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.	
	Social y asociatividad	¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntariamos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)	8, 9, 10, 11 y 12
		¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?	
		Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?	
		¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?	
	Económica y social	¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?	13, 14 y 15
		¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?	
		¿De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)	
		¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?	

3. Escala.

a. Escala general: Preguntas abiertas

4. Validación: Mediante juicio de expertos

5. Confiabilidad: Prueba estadística.

FICHA DE EVALUACIÓN CON JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DEL INFORME: "PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL VALLE VIEJO DE OLMOS"

Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas	Criterios de evaluación								Observaciones o recomendaciones
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
COMPETITIVIDAD	Económica	¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?		X		X		X		X		
		¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?		X		X		X		X		
		¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?		X		X		X		X		
		Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)		X		X		X		X		
		¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?		X		X		X		X		
		¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?		X		X		X		X		
		Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.		X		X		X		X		
	Social	¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntariamos		X		X		X		X		

		cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)		X		X		X		X		
		¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?		X		X		X		X		
		Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?		X		X		X		X		
		¿Qué beneficios cree que le generaria la asociatividad?		X		X		X		X		
		¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?		X		X		X		X		
		¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?		X		X		X		X		
		De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)		X		X		X		X		
		¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?		X		X		X		X		

ING. LUIS ALBERTO PAZ LAMAS

Firma del experto

EXPERTO EVALUADOR

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

GUIÓN DE ENTREVISTA

5. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

6. Autor(a):

Gonzales Sialer Susan Katherine y Martinez Paz Yanitza Maricelo Elizabeth

7. Objetivo:

Recolección de información para identificar las oportunidades de desarrollo actuales y perspectivas en el desarrollo del Proyecto Olmos

8. Estructura y aplicación:

El presente guión de entrevista está estructurado en base a 7 ítems, los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

El instrumento será aplicado a una muestra de CUATRO (4) representantes, distribuidos POR INSTITUCIÓN.

GUION DE ENTREVISTA

Estimado Sr. Luis Alberto Paz Lamas: El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para identificar las oportunidades de desarrollo actuales y perspectivas en el desarrollo del Proyecto Olmos, agradeceré proceder según la instrucción para dar respuesta

GUÍA DE ENTREVISTA

BLOQUE 1. Contexto

Pregunta 1: Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?

Pregunta 2: ¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?

Pregunta 3: ¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?

Pregunta 4: ¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?

Pregunta 5: ¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos?¹

Pregunta 6: ¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?

Pregunta 7: ¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?

FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

6. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

7. Estructura detallada:

Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas
Propuesta (plan de acción)	Económica administrativa	Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
		¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?	
		¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?	
		¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?	
		¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos? ¹	
		¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?	
		¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?	

8. Escala.

a. *Escala general: Preguntas abiertas*

9. Validación: Mediante juicio de expertos

10. Confiabilidad: Prueba estadística

FICHA DE EVALUACIÓN CON JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DEL INFORME: PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL VALLE VIEJO DE OLMOS

variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas	Criterios de evaluación								Observaciones o recomendaciones
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Propuesta (plan de acción)	Económica administrativa	Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?	1 a 7	X		X		X		X		
		¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?		X		X		X		X		*
		¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?		X		X		X		X		
		¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?		X		X		X		X		
		¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos? ¹		X		X		X		X		
		¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?		X		X		X		X		
		¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?		X		X		X		X		

ING. LUIS ALBERTO PAZ LAMAS

Firma del experto

EXPERTO EVALUADOR



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES DEL VALLE VIEJO DE OLMOS

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

GUIÓN DE ENTREVISTA PARA DISEÑAR UNA PROPUESTA QUE CONTRIBUYA A
MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL VALLE
VIEJO DE OLMOS, DIRIGIDA A PRODUCTORES.

III. TESISISTAS:

GONZALES SIALER SUSAN KATHERINE Y MARTÍNEZ PAZ YANITZA MARICIELO
ELIZABETH.

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado los instrumentos de recolección de datos, se procedió
a validarlos teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá
recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia
y utilidad.

OBSERVACIONES:

No tengo observaciones

APROBADO: SI



NO



Chiclayo, Mayo 2018

Firma

EXPERTO: ING. LUIS ALBERTO PAZ LAMAS

Validación de entrevista por el Lic. Nikolays Pedro Lizana Guevara:

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Chiclayo, Mayo 2018

Señor:

NIKOLAYS PEDRO LIZANA GUEVARA

Lambayeque.

De mi consideración

Reciba el saludo institucional y personal y al mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño de Investigación para el posterior desarrollo del mismo con el fin de obtener el Título de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales.


Como parte del proceso de elaboración del informe se ha elaborado un instrumento de recolección de datos, el mismo que por el rigor que nos exige es necesario validar el contenido de dicho instrumento; por lo que, reconociendo su formación y experiencia en el campo profesional y de la investigación recurro a Usted para en su condición de EXPERTO emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto a usted los siguientes documentos:

- Instrumento detallado con ficha técnica.
- Ficha de evaluación de validación.
- Matriz de consistencia de la investigación.
- Cuadro de operacionalización de variables

Sin otro particular quedo de usted.

Atentamente,



Gonzales Sialer Susan Katherine

Martínez Paz Yanitza Maricielo Elizabeth.

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

GUIÓN DE ENTREVISTA

1. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

2. Autor(a):

Gonzales Sialer Susan Katherine y Martínez Paz Yanitza Maricielo Elizabeth

3. Objetivo:

Recolección de información para realizar el diagnóstico de la situación de actual y perspectivas de los actores involucrados en el desarrollo del Proyecto Olmos, así como el análisis de la cadena del Banano Orgánico.

4. Estructura y aplicación:

El presente guión de entrevista está estructurado en base a 15 ítems, los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

El instrumento será aplicado a una muestra de DIECINUEVE (19) representantes, distribuidos POR ASOCIACIÓN.

GUION DE ENTREVISTA

Estimado Sr. Nikolays Pedro Lizana Guevara: El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para realizar el diagnóstico de la situación de actual y perspectivas de los actores involucrados en el desarrollo del Proyecto Olmos, así como el análisis de la cadena del Banano Orgánico, agradeceré proceder según la instrucción para dar respuesta

GUÍA DE ENTREVISTA

BLOQUE 1. Contexto general

Pregunta 1: ¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?

Pregunta 2: ¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?

Pregunta 3: ¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?

Pregunta 4: Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)

Pregunta 5: ¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?

Pregunta 6: ¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?

Pregunta 7: Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.

BLOQUE 2. Cultivo y la asociatividad en los pequeños agricultores.

Pregunta 8: ¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntaríamos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)

Pregunta 9: ¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?

Pregunta 10: Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?

Pregunta 11: ¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?

Pregunta 12: ¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?

BLOQUE 3. Relación con las instituciones y/o empresas involucradas en el Proyecto Olmos.

Pregunta 13: ¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?

Pregunta 14: ¿De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)

Pregunta 15: ¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?

FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

1. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

2. Estructura detallada:

Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas
Competitividad	Económica general	¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
		¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?	
		¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?	
		Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)	
		¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?	
		¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?	
		Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.	
	Social y asociatividad	¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntaríamos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)	8, 9, 10, 11 y 12
		¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?	
		Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?	
		¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?	
		¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?	
	Económica y social	¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?	13,14 y 15
		¿De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del	

		Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)	
		¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?	

3. Escala.

a. *Escala general: Preguntas abiertas*

4. **Validación:** Mediante juicio de expertos

5. **Confiabilidad:** Prueba estadística.

TÍTULO

LO DEL INFORME: "PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS

"

Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas	Criterios de evaluación								Observaciones o recomendaciones
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
COMPETITIVIDAD	Económica	¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?		X		X		X		X		Expectativas Económicas
		¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?		X		X		X		X		Tiempo
		¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?		X		X		X		X		Bien
		Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)		X		X		X		X		Bien
		¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?		X		X		X		X		o Títulos de Propiedad
		¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?		X		X		X		X		Bien
		Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.		X		X		X		X		Bien

Social	¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntáramos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)	X	X	X	X		Bien.
	¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?	X	X	X	X		o que generen ganancias
	Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?	X	X	X	X.		Bien.
	¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?	X	X	X	X		Económicos y Organización
	¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?	X	X	X	X.		Bien.
	¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?	X	X	X	X		Bien.
	De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)	X	X	X	X		Públicos y Privados
	¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?	X	X	X	X		Bien.

LIC. NIKOLAYS PEDRO LIZANA GUEVARA

Firma del experto

: 

EXPERTO EVALUADOR

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

GUIÓN DE ENTREVISTA

5. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

6. Autor(a):

**Gonzales Sialer Susan Katherine y Martínez Paz Yanitza Maricielo
Elizabeth**

7. Objetivo:

Recolección de información para identificar las oportunidades de desarrollo actuales y perspectivas en el desarrollo del Proyecto Olmos

8. Estructura y aplicación:

El presente guión de entrevista está estructurado en base a 7 ítems, los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

El instrumento será aplicado a una muestra de CUATRO (4) representantes, distribuidos POR INSTITUCIÓN.

GUION DE ENTREVISTA

Estimado Sr. Nikolays Pedro Lizana Guevara: El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para identificar las oportunidades de desarrollo actuales y perspectivas en el desarrollo del Proyecto Olmos, agradeceré proceder según la instrucción para dar respuesta

GUÍA DE ENTREVISTA

BLOQUE 1. Contexto

Pregunta 1: Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?

Pregunta 2: ¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?

Pregunta 3: ¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?

Pregunta 4: ¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?

Pregunta 5: ¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos?¹

Pregunta 6: ¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?

Pregunta 7: ¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?

FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

6. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

7. Estructura detallada:

<i>Variable</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Ítems</i>	<i>Preguntas</i>
<i>Propuesta (plan de acción)</i>	Económica administrativa	Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
		¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?	
		¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?	
		¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?	
		¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos? ¹	
		¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?	
		¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?	

8. Escala.

b. *Escala general: Preguntas abiertas*

9. Validación: Mediante juicio de expertos

10. Confiabilidad:

Prueba

estadística

FICHA DE EVALUACIÓN CON JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DEL INFORME: PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS

Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas	Criterios de evaluación								Observaciones o recomendaciones
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Propuesta (plan de acción)	Económica administrativa	Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?	1 a 7	X		X		X		X		Bien.
		¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?		X		X		X		X		Bien.
		¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?		X		X		X		X		Agroideas o otros Programas.
		¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?		X		X		X		X		cuales son los Factores que limitan el Proceso
		¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos? ¹		X		X		X		X		Bien.
		¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?		X		X		X		X		Bien.
		¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?		X		X		X		X		Bien.

LIC. NIKOLAYS PEDRO LIZANA GUEVARA

Firma del experto

: 

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES DEL VALLE VIEJO DE OLMOS

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

GUIÓN DE ENTREVISTA PARA DISEÑAR UNA PROPUESTA QUE CONTRIBUYA
A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL
VALLE VIEJO DE OLMOS, DIRIGIDA A PRODUCTORES.

III. TESISISTAS:

GONZALES SIALER SUSAN KATHERINE Y MARTÍNEZ PAZ YANITZA MARICIELO
ELIZABETH.

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado los instrumentos de recolección de datos, se procedió
a validarlos teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto,
permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su
pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

..... *Está muy Bien, pero se debe.*
..... *Precisar algunos conceptos*
.....

APROBADO: SI

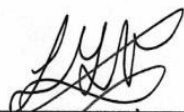


NO



Chiclayo, Mayo 2018

Firma



EXPERTO: LIC. NIKOLAYS PEDRO LIZANA GUEVARA

Validación de entrevista por Luis Michel Gonzales Mesones:

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Chiclayo, Mayo 2018

Señor:

LUIS MIGUEL GONZALES MESONES
Lambayeque.

De mi consideración

Reciba el saludo institucional y personal y al mismo tiempo para manifestarle lo siguiente:

El suscrito está en la etapa del diseño de Investigación para el posterior desarrollo del mismo con el fin de obtener el Título de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales.

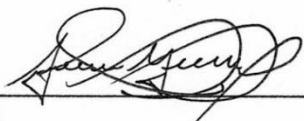
Como parte del proceso de elaboración del informe se ha elaborado un instrumento de recolección de datos, el mismo que por el rigor que nos exige es necesario validar el contenido de dicho instrumento; por lo que, reconociendo su formación y experiencia en el campo profesional y de la investigación recurro a Usted para en su condición de EXPERTO emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto a usted los siguientes documentos:

- Instrumento detallado con ficha técnica.
- Ficha de evaluación de validación.
- Matriz de consistencia de la investigación.
- Cuadro de operacionalización de variables

Sin otro particular quedo de usted.

Atentamente,



Gonzales Sialer Susan Katherine

Martínez Paz Yanitza Maricielo Elizabeth.

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

GUIÓN DE ENTREVISTA

9. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

10. Autor(a):

Gonzales Sialer Susan Katherine y Martínez Paz Yanitza Maricielo Elizabeth

11. Objetivo:

Recolección de información para realizar el diagnóstico de la situación de actual y perspectivas de los actores involucrados en el desarrollo del Proyecto Olmos, así como el análisis de la cadena del Banano Orgánico.

12. Estructura y aplicación:

El presente guión de entrevista está estructurado en base a 15 ítems, los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

El instrumento será aplicado a una muestra de DIECINUEVE (19) representantes, distribuidos POR ASOCIACIÓN.

GUION DE ENTREVISTA

Estimado Sr Luis Miguel Gonzales Mesones: El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para realizar el diagnóstico de la situación de actual y perspectivas de los actores involucrados en el desarrollo del Proyecto Olmos, así como el análisis de la cadena del Banano Orgánico, agradeceré proceder según la instrucción para dar respuesta

GUÍA DE ENTREVISTA

BLOQUE 1. Contexto general

Pregunta 1: ¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?

Pregunta 2: ¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?

Pregunta 3: ¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?

Pregunta 4: Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)

Pregunta 5: ¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?

Pregunta 6: ¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?

Pregunta 7: Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.

BLOQUE 2. Cultivo y la asociatividad en los pequeños agricultores.

Pregunta 8: ¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntáramos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)

Pregunta 9: ¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?

Pregunta 10: Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?

Pregunta 11: ¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?

Pregunta 12: ¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?

BLOQUE 3. Relación con las instituciones y/o empresas involucradas en el Proyecto Olmos.

Pregunta 13: ¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?

Pregunta 14: ¿De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)

Pregunta 15: ¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?

FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

11. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

12. Estructura detallada:

Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas
Competitividad	Económica general	¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
		¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?	
		¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?	
		Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)	
		¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?	
		¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?	
		Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.	
	Social y asociatividad	¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntaríamos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)	8, 9, 10, 11 y 12
		¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?	
		Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?	
		¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?	

		¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?	
	Económica y social	¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?	13,14 y 15
		¿De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)	
		¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?	

13. Escala.

c. Escala general: Preguntas abiertas

14. Validación: Mediante juicio de expertos

15. Confiabilidad: Prueba estadística.

FICHA DE EVALUACIÓN CON JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO

LO DEL INFORME: "PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS

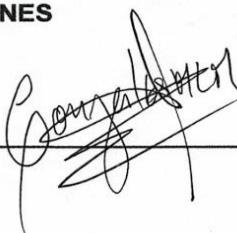
Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas	Criterios de evaluación								Observaciones o recomendaciones
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
COMPETITIVIDAD	Económica	¿Qué expectativas tenían con la ejecución del Proyecto Olmos?		X		X		X			X	
		¿En qué medida se están cumpliendo sus expectativas luego del avance del Proyecto Olmos?		X		X		X		X		
		¿Qué opinión le merece los proyectos de Agroideas que se han realizado en asociaciones como la Juliana?		X		X		X		X		
		Su organización ¿Se ha constituido como agente participante en su Municipio local o Gobierno Regional para solicitar apoyo? (preguntar también por su participación en el presupuesto participativo)		X		X		X		X		
		¿Cree que es un beneficio el tener tierras comunales?		X		X		X		X		
		¿El que sus predios pertenezcan a una Comunidad Campesina les genera algún tipo de inconveniente para poder acceder a financiamiento?		X		X		X		X		
		Indique los tres principales problemas para el desarrollo agrícola de su organización.		X		X		X		X		

Social	¿Qué producto cultiva? (si dicen que es un producto diferente al banano, preguntáramos cuan dispuesto está en hacer una reconversión del cultivo)	X		X		X		X		
	¿Qué productos considera que son rentables y factibles de producir en las tierras que posee?	X		X		X		X		
	Actualmente, ¿Cómo se están abasteciendo de agua?	X		X		X		X		
	¿Qué beneficios cree que le generaría la asociatividad?	X		X		X		X		
	¿Cuán factible es la propuesta de formar una sola organización como por ejemplo una cooperativa, que agrupe a todos los productores y/o asociaciones?	X		X		X		X		
	¿Creen que las empresas que acaban de localizarse en Olmos deberían apoyarlos?	X		X		X		X		
	De qué instituciones han recibido apoyo, en el marco del Proyecto? (Apuntar cada institución y el tipo de apoyo)	X		X		X		X		
	¿Qué oportunidades creen que se deben generar para que en el mediano y largo plazo logren ser más competitivos?	X		X		X		X		

LUIS MIGUEL GONZALES MESONES

Firma del experto

EXPERTO EVALUADOR



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

GUIÓN DE ENTREVISTA

13. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para Diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

14. Autor(a):

Gonzales Sialer Susan Katherine y Martínez Paz Yanitza
Maricielo Elizabeth

15. Objetivo:

Recolección de información para identificar las oportunidades de desarrollo actuales y perspectivas en el desarrollo del Proyecto Olmos

16. Estructura y aplicación:

El presente guión de entrevista está estructurado en base a 7 ítems, los cuales tienen relación con los indicadores de las dimensiones.

El instrumento será aplicado a una muestra de CUATRO (4) representantes, distribuidos POR INSTITUCIÓN.

GUION DE ENTREVISTA

Estimado Sr Luis Miguel Gonzales Mesones: El presente instrumento tiene por objetivo recoger información para identificar las oportunidades de desarrollo actuales y perspectivas en el desarrollo del Proyecto Olmos, agradeceré proceder según la instrucción para dar respuesta

GUÍA DE ENTREVISTA

BLOQUE 1. Contexto

Pregunta 1: Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?

Pregunta 2: ¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?

Pregunta 3: ¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?

Pregunta 4: ¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?

Pregunta 5: ¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos?¹

Pregunta 6: ¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?

Pregunta 7: ¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?

FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

16. Nombre del instrumento:

Guión de entrevista para diseñar una propuesta que contribuya a mejorar la competitividad de los pequeños productores del Valle Viejo de Olmos, dirigida a productores.

17. Estructura detallada:

Variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas
<i>Propuesta (plan de acción)</i>	Económica administrativa	Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?	1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7
		¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?	
		¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?	
		¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?	
		¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos? ¹	
		¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?	
		¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?	

18. Escala.

d. *Escala general: Preguntas abiertas*

19. Validación: Mediante juicio de expertos

20. Confiabilidad: Prueba estadística

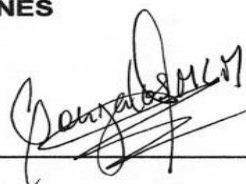
TÍTULO DEL INFORME: PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS

variable	Dimensiones	Ítems	Preguntas	Criterios de evaluación								Observaciones o recomendaciones
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Propuesta (plan de acción)	Económica administrativa	Hasta la fecha, ¿qué medidas de apoyo ha tomado su institución para impulsar el desarrollo productivo de los productores del Valle Viejo de Olmos?	1 a 7	X		X		X		X		
		¿Qué planes o programas orientados a la promoción y apoyo a los productores del Valle Viejo de Olmos tiene su institución?		X		X		X		X		
		¿En qué situación se encuentran las asociaciones que han emprendido sus planes de negocios con Agroideas?		X		X		X		X		
		¿Cuál es el proceso para la obtención del título de posesión?		X		X		X		X		
		¿Existe alguna posibilidad de poder hacer propia los predios poseídos? ¹		X		X		X		X		
		¿Qué estrategias de desarrollo territorial recomienda?		X		X		X		X		
		¿Cómo perciben el emprendimiento en el valle?		X		X		X		X		

LUIS MIGUEL GONZALES MESONES

Firma del experto

EXPERTO EVALUADOR



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES DEL VALLE VIEJO DE OLMOS

II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

GUIÓNES DE ENTREVISTA PARA DISEÑAR UNA PROPUESTA QUE CONTRIBUYA
A MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL
VALLE VIEJO DE OLMOS, DIRIGIDA A PRODUCTORES.

III. TESISISTAS:

GONZALES SIALER SUSAN KATHERINE Y MARTÍNEZ PAZ YANITZA MARICIELO
ELIZABETH.

IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado los instrumentos de recolección de datos, se procedió
a validarlos teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto,
permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su
pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES:

No tengo observación alguna.

APROBADO: SI

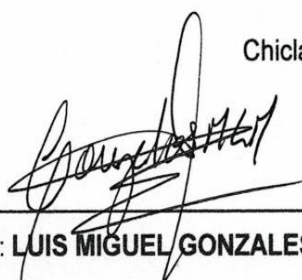


NO



Chiclayo, Mayo 2018

Firma



EXPERTO: LUIS MIGUEL GONZALES MESONES