



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**INFLUENCIA DE LA IMPORTACIÓN DE LA PAPA EN LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE PAPA
DE LA REGIÓN DE AREQUIPA - VALLE DE MAJES EN EL
AÑO 2020**

**PRESENTADA POR
BRYAN STEVEN BALLADARES TORRES**

**ASESOR
CARLOS ANTONIO ESCUDERO CIPRIANI**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2022**



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**INFLUENCIA DE LA IMPORTACIÓN DE LA PAPA EN LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE PAPA DE LA
REGIÓN DE AREQUIPA - VALLE DE MAJES EN EL AÑO 2020**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
BRYAN STEVEN BALLADARES TORRES**

**ASESOR:
MG. CARLOS ANTONIO ESCUDERO CIPRIANI**

**LIMA, PERÚ
2022**

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mis padres, quienes me apoyan incondicionalmente y a Dios que siempre está cuidando mis pasos.

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE CONTENIDO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	16
1.1 Antecedentes de la investigación	16
1.1.1. Disminución de precios.....	16
1.1.2. Sobre stock de papa	16
1.1.3. Capital humano	17
1.1.4. Ventas	18
1.1.5. Costos.....	19
1.1.6. Precio de venta.....	20
1.2 Bases teóricas	21
1.2.1. Disminución de precios.....	21
1.2.2. Sobre stock de papa	22
1.2.3. Capital humano	22
1.2.4. Ventas	23
1.2.5. Costos.....	23
1.2.6. Precio de venta.....	24
1.3 Definición de términos básicos	24
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	27
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	27
2.1.1. Hipótesis principal	27
2.1.2. Hipótesis específicas.....	27
2.2 Variables y definición operacional.....	28
2.2.1. Variable independiente	28

2.2.2. Variable dependiente	29
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	30
3.1. Diseño metodológico	30
3.2. Diseño de muestra.....	31
3.2.1. Población.....	31
3.2.2. Muestra	32
3.3. Técnicas de recolección de datos	33
3.3.1. Instrumentos de recolección de datos:	33
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	34
3.5. Aspectos éticos.....	34
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	36
4.1. Resultados de la investigación	36
4.1.1. Descripción de la muestra.....	37
4.1.2. Confiabilidad y validez del constructo del instrumento	44
4.1.3. Análisis exploratorio.....	45
4.1.4. Análisis descriptivo de las variables	100
4.1.5. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis.....	101
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	105
5.1. Discusión de resultados.....	105
5.1.1. Subtítulo derivado de la hipótesis específica 1	105
5.1.2. Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2.....	108
5.1.3. Subtítulo derivado de la hipótesis específica 3.....	111
5.1.4. Subtítulo derivado de la hipótesis general	114
CONCLUSIONES	117
FUENTES DE INFORMACIÓN	121
ANEXOS	122
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	123
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	126
ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS	130
ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	28
Tabla 2.	29
Tabla 3.	33
Tabla 4.	37
Tabla 5.	38
Tabla 6.	39
Tabla 7.	40
Tabla 8.	44
Tabla 9.	44
Tabla 10.	45
Tabla 11.	45
Tabla 12.	46
Tabla 13.	47
Tabla 14.	48
Tabla 15.	49
Tabla 16.	50
Tabla 17.	51
Tabla 18.	52
Tabla 19.	53
Tabla 20.	54
Tabla 21.	55
Tabla 22.	56
Tabla 23.	57
Tabla 24.	58
Tabla 25.	59
Tabla 26.	60
Tabla 27.	61

Tabla 28.	62
Tabla 29.	63
Tabla 30.	64
Tabla 31.	65
Tabla 32.	66
Tabla 33.	67
Tabla 34.	68
Tabla 35.	69
Tabla 36.	70
Tabla 37.	71
Tabla 38.	72
Tabla 39.	73
Tabla 40.	74
Tabla 41.	75
Tabla 42.	76
Tabla 43.	77
Tabla 44.	78
Tabla 45.	79
Tabla 46.	80
Tabla 47.	81
Tabla 48.	82
Tabla 49.	83
Tabla 50.	84
Tabla 51.	85
Tabla 52.	86
Tabla 53.	87
Tabla 54.	88
Tabla 55.	89
Tabla 56.	90
Tabla 57.	91
Tabla 58.	92

Tabla 59.	93
Tabla 60.	94
Tabla 61.	95
Tabla 62.	96
Tabla 63.	97
Tabla 64.	98
Tabla 65.	99
Tabla 66.	100
Tabla 67.	123
Tabla 68.	126
Tabla 69.	128
Tabla 70.	131
Tabla 71.	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2.....	32
Figura 3.....	38
Figura 4.....	39
Figura 5.....	40
Figura 6.....	41
Figura 7.....	42
Figura 8.....	42
Figura 9.....	43
Figura 10.....	46
Figura 11.....	46
Figura 12.....	47
Figura 13.....	48
Figura 14.....	49
Figura 15.....	50
Figura 16.....	51
Figura 17.....	52
Figura 18.....	53
Figura 19.....	54
Figura 20.....	55
Figura 21.....	56
Figura 22.....	57
Figura 23.....	58
Figura 24.....	59
Figura 25.....	60
Figura 26.....	61
Figura 27.....	62
Figura 28.....	63
Figura 29.....	64

Figura 30.....	66
Figura 31.....	67
Figura 32.....	68
Figura 33.....	69
Figura 34.....	70
Figura 35.....	71
Figura 36.....	72
Figura 37.....	73
Figura 38.....	74
Figura 39.....	75
Figura 40.....	76
Figura 41.....	77
Figura 42.....	78
Figura 43.....	79
Figura 44.....	80
Figura 45.....	81
Figura 46.....	82
Figura 47.....	83
Figura 48.....	84
Figura 49.....	85
Figura 50.....	86
Figura 51.....	87
Figura 52.....	88
Figura 53.....	89
Figura 54.....	90
Figura 55.....	91
Figura 56.....	92
Figura 57.....	93
Figura 58.....	94
Figura 59.....	95
Figura 60.....	96

Figura 61.....	97
Figura 62.....	98
Figura 63.....	99
Figura 64.....	102
Figura 65.....	103
Figura 66.....	103
Figura 67.....	104
Figura 68.....	137
Figura 69.....	138
Figura 70.....	139
Figura 71.....	141
Figura 72.....	142
Figura 73.....	143
Figura 74.....	144

RESUMEN

La región de Arequipa, específicamente en el Valle de Majes, se caracteriza por la producción de los diferentes tipos de papas gracias a sus condiciones climáticas y agroecológicas. La comercialización de la papa se realiza en las ferias, mercados, supermercados, entre otros; con mayor frecuencia en la capital de la provincia en forma desordenada e informal; la capacidad negociadora de los intermediarios y/o mayoristas se impone frente a los productores; por ende, se traduce en ganancias mínimas para los productores y mayores márgenes para los intermediarios.

En el Perú, se necesita nuevas estrategias de desarrollo, priorizando especialmente al sector agrario por las ventajas naturales y ecológicas que posee. La zona alto andina de la sierra presenta condiciones favorables para producir diversos productos de calidad comprobada y con fuerte demanda en el mercado nacional e internacional. (Agraria.pe, 2020) Establece que, “Según la Sunat, en abril se importaron 4.164 toneladas de papa precocida, cifra mucho mayor a lo registrado en el mismo mes del 2019, y a todos los meses del año anterior.” En los años 2017 y 2018, los productores de papa de la región de Arequipa, específicamente en el Valle de Majes, en gran cantidad se vieron afectados, ya que se produjo la importación de papa. Estos redujeron sus ventas y se estancó su producción, no tenían compradores dejando a los productores en la banca rota y con sus cultivos malográndose. En tal sentido, esto dificultaría la competencia en igualdad de condiciones con la cosecha local, por lo que se estaría desplazando la producción nacional del tubérculo, tal y como lo señalan los mismos productores agrícolas.

ABSTRACT

The Arequipa region, specifically in the Majes Valley, is characterized by the production of different types of potatoes thanks to its climatic and agro-ecological conditions. The commercialization of the potato is carried out in fairs, markets, supermarkets, among others; more frequently in the provincial capital in a disorderly and informal way; the negotiating capacity of intermediaries and / or wholesalers prevails over producers; therefore, it translates into minimum profits for producers and higher margins for intermediaries.

In Peru, new development strategies are needed, prioritizing especially the agrarian sector for its natural and ecological advantages. The high Andean zone of the Sierra presents favorable conditions to produce various products of proven quality and with strong demand in the national and international market. (Agraria.pe, 2020) states that, “According to Sunat, in April 4,164 tons of precooked potatoes were imported, a much higher figure than that registered in the same month of 2019, and in all the months of the previous year.” In the years 2017 and 2018, potato producers in the Arequipa region, specifically in the Majes Valley, were affected in large numbers, since potato imports occurred. These reduced their sales and their production stagnated, they had no buyers leaving the producers bankrupt and with their crops failing. In this sense, this would make competition in equal conditions with the local harvest difficult, so that the national production of the tuber would be displacing, as indicated by the agricultural producers themselves.

INTRODUCCIÓN

La papa nativa, oriunda de los andes peruanos, ha llegado a nuestros días con sus diversas formas y múltiples colores gracias al cuidado y dedicación del agricultor alto andino que ha preservado por muchos años una extraordinaria diversidad de formas, colores, sabores y texturas de este importante tubérculo desde épocas incaicas. La papa nativa, con sus cientos de variedades, así como los conocimientos y técnicas ancestrales asociados al cultivo y el manejo del paisaje agrícola, son el mayor tesoro con que cuentan las comunidades campesinas asentada en los Andes del Perú. Tesoro potencial que recién empieza a ser valorado por su gran potencial nutritivo y propiedades nutraceuticas, por lo cual es importante la incorporación de este producto en cadenas de valor con la finalidad de conservar su biodiversidad y darle mayor valor agregado.

Los países desarrollados son los dueños del Centro Internacional de la papa- CIP, con sede en el Perú, donde tienen de todo para estudiar nuestros recursos genéticos sin pagar regalías ni propiedad intelectual, por lo que no existe canon, ni tampoco existe alguna retribución económica en beneficio. Es así como, se llevan las semillas de todas las variedades incluyendo las nativas y desarrollan sus variedades propias con las que nos hacen la competencia y hasta nos la venden, siendo nuestro país el lugar originario de este tubérculo.

El sector agrario ha sido uno de los que ha experimentado mayores modificaciones en el marco de política que lo afecta. Por un lado, la apertura comercial ha llevado a la desaparición del sesgo antiagrario que genero la política sustitutoria de importaciones en el pasado. Por otro lado, las reformas estructurales tendientes a asegurar que los mercados operen de la manera más libre posible buscando elevar su competitividad y, por lo tanto, su eficiencia-, han modificado la forma en que tradicionalmente operaban los mercados de bienes y factores agrícolas.

Es por ello que el problema principal de la investigación fue: ¿De qué manera influye la importación de la papa de la región de Arequipa - Valle de Majes en el año 2020?

Se presentan los principales objetivos de la investigación, los cuales son:

Objetivo Principal:

- Determinar de qué manera influye la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la ciudad de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

Objetivos Específicos:

- Determinar de qué manera la disminución de precios influye en las ventas de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Determinar de qué manera el sobre stock de papa influye en los costos de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Determinar de qué manera el capital humano influye en el precio de venta de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

El trabajo desarrollado se divide en cinco capítulos de acuerdo a las disposiciones expedidas por la Universidad.

En el Primer Capítulo, se consideró el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación, delimitaciones y limitaciones del estudio.

En el Segundo Capítulo, los antecedentes, las bases teóricas y la definición de términos acerca de condiciones laborales y productividad.

En el tercer Capítulo, se abordó la formulación de hipótesis principal y derivada, así como las variables y su definición operacional.

En el cuarto capítulo, se establece la Metodología aplicada; es decir, la aplicación de lo aprendido por la teoría como lo es, el diseño metodológico, la población y muestra, la operacionalización de variables, las técnicas de recolección de datos y los diversos aspectos que comprende este capítulo.

En el quinto capítulo se muestra los recursos y el cronograma del trabajo de investigación. Finalmente, se enuncia las fuentes de información.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1. Disminución de precios

(Trujillo Saavedra, 2017) en su tesis sobre factores determinantes de la producción de papa en el Perú para el periodo de años 1990 – 2013, publicada en la Universidad de Ciencias Aplicadas, en el año 2017; analiza la serie histórica de los años 1990-2015, en este periodo se dieron diversos regímenes de gobierno con el modelo neoliberal aplicado por Alberto Fujimori logrando estabilidad económica y crecimiento sostenido. Permitiendo comparar el trabajo económico social de los últimos tres gobiernos anteriores, Fernando Belaunde (1980-1985) y Alan García (1985-1990), incluyeron medidas de política económica y social heterogéneas lo que dio como resultado que nuestro país no pueda salir del círculo vicioso de la pobreza, se describen las variables, se analizan los datos utilizados y los determinantes del rendimiento explicados, el análisis de la producción de papa a nivel nacional y global, el área cosechada y la productividad en los años especificados.

A medida que el país ha retomado la estabilidad económica, los precios de los productos se han ido estableciendo tanto dentro del mercado peruano como para los países extranjeros; actualmente los productores de papa no reciben un sueldo decente, ya que mensualmente a pesar del arduo sacrificio que realizan, solo reciben el sueldo mínimo como ganancia el cual no es suficiente para poder cubrir todos sus gastos y esto se da debido a que son las grandes empresas quienes se benefician a mayor escala, generando un descontento por parte de los agricultores.

1.1.2. Sobre stock de papa

(Huaytalla Tineo, 2016), comenta en su tesis sobre la generación de oferta exportable mediante la sustitución de cultivos de papa hacia la producción de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercialización en el mercado de Toronto-Canadá, publicada en la Universidad de San Martín de Porres, en el año 2016. Ofrece las condiciones para el reemplazo de cultivos de papa hacia producción de quinua, para lo cual se trabajó con la Cooperativa Virgen del

Carmen, localizada en Ayacucho. El mercado a exportar es Toronto (Canadá). Se aplicó un diseño exploratorio cualitativo, ya que posee características inmersas que deben ser identificadas en un trabajo de campo. Para poder obtener la información de la demanda y oferta de quinua en el mercado de Toronto se aplicó una guía de entrevista a personal experto en el mercado de la exportación de quinua; asimismo, para poder identificar las condiciones en las que el agricultor de la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho pueda sustituir sus cultivos de papa hacia los cultivos de quinua en Ayacucho, se entrevistó a los agricultores de la mencionada cooperativa. Se concluyó que el principal factor para sustituir los cultivos de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable en la Cooperativa Virgen del Carmen es la demanda internacional; el segundo factor es que se posea una oferta exportable sólida. Adicionalmente, para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa por quinua, debe tener mayor rentabilidad, haber pactado con un comprador un precio y cantidad para una campaña de siembra. Sin embargo, debe de existir apoyo por parte del Estado en capacitación técnica y comercial para los agricultores. La quinua es un producto que ha aumentado su demanda en una gran cantidad, tiene una rentabilidad de 35.32% con respecto a su inversión.

A causa de la sobre producción de papa, y al no poder venderlas a un precio beneficioso para el productor, estos optan por cambiar de sembrío a uno que le dé una buena ganancia de dinero. Además, la papa es cosechada en muchas provincias de la sierra por lo que la demanda siempre es la misma, esto genera que algunos agricultores no puedan vender sus cosechas y muchas veces la pierden.

1.1.3. Capital humano

(Navarro Mendoza, 2018) comenta en su tesis sobre el presupuesto como herramienta de gestión y sus efectos en la estrategia de las empresas agroindustriales de la región Ica, 2014-2017, publicado en la Universidad de San Martín de Porres, el año 2018. El presente trabajo de investigación titulado “El presupuesto como herramienta de gestión y sus efectos en la estrategia de las empresas agroindustriales de la región Ica, 2014-2017”, el objetivo fue determinar si, en la actualidad, el presupuesto influye en la gestión estratégica de las empresas agroindustriales de la Ica. En Perú el sector agrario exportador, del que forman parte las empresas agroindustriales de la

región de Ica, requieren para preservarse y crecer en el tiempo de una gestión estratégica que le permita gestionar la innovación permanente y el cambio, las cuales son características en la actualidad. El presupuesto puede variar de acuerdo a los cambios cualitativos como cuantitativos. Se empieza definiendo la variable independiente: el presupuesto como herramienta, es importante definir la importancia de los planes empresariales como un proceso de planificación estratégica, luego nos referimos a las condiciones requeridas para un sistema presupuestario eficiente. No son los únicos requisitos, sólo es una base que debe actualizarse constantemente. Se identifican objetivos del presupuesto como herramienta de gestión estratégica, estas ventajas se logran con su instalación, formulación, ejecución, control y evaluación. Así como las limitaciones de esta herramienta.

En cuanto a la variable dependiente: la gestión estratégica, es oportuno referirnos a algunas estrategias empresariales, para identificar la estrategia específica que podrían implantar las empresas, el conocimiento y gestión como parte de la actividad estratégica que toda empresa debe tener. Se define el proceso estratégico, su análisis y gestión desde dos frentes, así como también nos referimos al capital intelectual. Los frentes que he mencionado son el análisis interno y el análisis externo. Para finalizar se expone un modelo del sistema presupuestario, el cual se basa en la metodología de un presupuesto participativo empresarial, de una empresa exportadora del sector agro industrial, la cual se encuentra en el departamento de Ica-Perú, la cual conduce campos de cultivos permanentes, como son: el espárrago verde, paltos y alcachofas, para luego procesar los productos agrícolas en su planta industrial, ampliando su condición de perecibles en el tiempo.

Un agricultor es muchas veces una persona que no ha tenido estudios superiores y lo que ellos conocen de siembra es solo porque lo obtuvieron por experiencia y porque un familiar experto les enseñó, pasando así el conocimiento de generación en generación. Hoy en día las universidades ofrecen carreras sobre temas agroindustriales, lo cual hace que la persona tenga visiones para que su producto sea la mejor opción y por lo mismo hacerlo más competitivo en el mercado.

1.1.4. Ventas

(Marin Paulino, 2018) Comenta en su tesis sobre la exportación de hojuelas fritas de papas nativas orgánicas (chips) hacia el mercado de Los Ángeles, California - Estados Unidos, publicada en la

Universidad de San Martín de Porres, el año 2018; que en dicho plan de negocios evalúa que tan factible es exportar hojuelas fritas hechas a base de papas nativas orgánicas hacia los Ángeles, California en Estados Unidos. Es así como, desarrollar y promover este producto andino nace de la demanda insatisfecha del mercado objetivo para luego posicionarlo y así en un tiempo determinado pueda diversificarse dando a conocer las propiedades y beneficios de los productos hechos a base de papas nativas, tubérculo andino con excelentes propiedades antioxidantes y potencial nutricional.

Debido a que la venta de la papa como producto básico, no genera los beneficios esperados, algunos productores o terceros han identificado la necesidad de brindarle un valor agregado para de esta manera generar que el producto obtenga mayor rentabilidad tanto en el mercado nacional como a nivel internacional.

1.1.5. Costos

(Medina Raya, 2018) comenta en su tesis sobre la comercialización de la papa (*Solanum tuberosum* L.) en dos comunidades del distrito de San Jerónimo de Andahuaylas, región Apurímac, publicada en la Universidad Tecnológica de los Andes, en el año 2018. Se resalta la importancia de la siembra de papa en Perú para la población y la economía del país, además de representar la cultura tradicional más importante y formar base de la dieta de las personas en la economía familiar en comunidades rurales. La encuesta fue analizada a partir de la identificación de agentes que participaron en la comercialización de papa, ganancias de comercialización, costos y el precio es el mismo que el indicado en el objetivo de investigación. Al igual, se presentan revisiones bibliográficas y materiales relacionados con temas de investigación, métodos y resultados logrados. Se analizan la cadena de comercialización de la papa, los costos de agencia, los precios, las ganancias, los canales de comercialización y las aplicaciones tecnológicas en el proceso de comercialización.

Para muchos agricultores la venta de papa le da solo las ganancias necesarias para vivir, pero no para mejorar su condición de vida; ya que los agricultores se ven en la obligación de bajar sus precios de venta debido a la alta competencia y con el fin de obtener una venta segura.

1.1.6. Precio de venta

(Ramos Romero, 2018) comenta en su tesis sobre el financiamiento y su influencia en la liquidez de las micro y pequeñas empresas agroexportadoras en la región Lima provincias 2015-2016, publicado en la Universidad de San Martín de Porres, en el año 2018, se concentra principalmente en determinar la relación que existe entre el financiamiento y su publicado en la Universidad de San Martín de Porres, el año 2018. El presente trabajo determina la relación que existe entre el financiamiento y cómo influye en la liquidez de las Micro y Pequeñas empresas agroexportadoras en la Región Lima Provincias 2015-2016, por lo que su metodología de investigación no experimental, cuenta con un diseño metodológico transaccional correlacional. Estudió a ciento veinte empresarios de las MYPE de las diez Micro Empresas Agroexportadoras del Perú 2016, comprende contadores, abogados, economistas, jefes de finanzas entre hombres y mujeres, obteniendo resultados a través de encuestas. Se demostró la importancia del uso del factoring y su incidencia en las cuentas por cobrar. El empleo del leasing financiero en el programa de egresos del flujo de caja. Los factores para la adquisición de las garantías solicitadas por las instituciones financieras inciden en los fondos sujetos de restricción. Se precisó también si el empleo del costo efectivo financiero favorecería en el control de gastos financieros de las empresas. Así se pudo determinar que el financiamiento proporcionado por las instituciones financieras, influyen de manera positiva en la liquidez de las Micro y Pequeñas Empresas Agroexportadoras de la Región Lima Provincias. Asimismo, las instituciones financieras deben utilizar el financiamiento porque influye positivamente en la liquidez de las Micro y Pequeñas Empresas Agroexportadoras de la Región Lima Provincias por contar con dinero rápidamente, esto les permite ser formal y competir en el mercado.

Todos los pequeños empresarios del Perú necesitan siempre una ayuda por parte del estado, el financiamiento y los préstamos son lo esencial para mantener a flote una empresa, pero como se observa el panorama, esta ayuda no llega y mucho menos a los empresarios del sector agrícola; las entidades financieras no muestran ayuda para estos productores, y casi siempre se encuentra más regulaciones que se exigen cumplir, lo cual implica mayores gastos para el productor.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Mercado mundial de la papa

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1471847/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Papa%202020.pdf>

1.2.2 El mercado de papa en América Latina

(CEPAL, 1997) asegura que “El mercado de la papa en América Latina alcanza a 121 millones de dólares, medido en términos de las compras que los países de la región han efectuado de este producto en sus distintas formas para abastecer sus mercados internos.”

También menciona que, Perú a pesar de ser uno de los principales productores de papa a nivel mundial, invierte alrededor de 2 millones de dólares en la importación de papa.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/30815/1/S975392_es.pdf

1.2.1. Disminución de precios

La (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 1997) comenta que la producción de papas se ha incrementado de manera considerable en algunos países de América Latina durante las últimas décadas y su comercio en la región es cada vez más importante. El uso de la papa se ha volcado crecientemente hacia los productos procesados cuyo consumo se incrementa constantemente lo cual se debe a los cambios que se realizan en el hábito alimenticio, por la creciente urbanización de la población que conlleva cambios en los tipos de productos, formas de comercialización, mayor consumo de alimentos fuera del hogar, y preferencia por alimentos más convenientes en cuanto a su preparación y almacenaje. El incremento del comercio de la papa es también evidente en el resto de las regiones del mundo. En el mercado mundial predomina como oferente de los países desarrollados, aunque la producción total en ellos viene disminuyendo. El mercado de la papa en América Latina es de algo más de 120 millones de dólares. El 60% de las compras corresponden a productos procesados, tal como papa seca, harina, copos de papa, papa

congelada, y otros. El 40% restante corresponde a papa fresca o refrigerada, tanto para semilla, pero principalmente para consumo. Los mercados más importantes son en este caso Brasil, México y, en menor grado, Uruguay.

1.2.2. Sobre stock de papa

Según el (Centro de noticias Prensa-Congreso, 2018), el problema principal de la papa en el Perú y otros países es la sobreproducción, esto ocasiona una baja de precios, muchas veces por debajo del costo de siembra y cosecha. La sobre producción es debido a la oferta y la demanda, el clima, entre otras, que son imposibles de controlar o planificar, de allí la necesidad de abordar este tema, dijo Andrade Salguero. El problema de sobreproducción se encuentra también en otros países como Colombia, Argentina, España, India, Inglaterra y otros. La solución se encontraría en las acciones posteriores a la siembra y cosecha. Miguel Quevedo, funcionario del Ministerio de Agricultura, dio a conocer sobre la dinámica del cultivo de la papa en el Perú, en los últimos 10 años principalmente en los procesos de producción y comercialización, así como el manejo de las cadenas productivas, los manejos de cultivo, cosechas, procesamientos, transformación, comercialización y consumo.

1.2.3. Capital humano

El (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015) comenta que en el marco del proyecto de articulación se generaron alianzas con otras instituciones proveedoras de información para los estudios de mercado, tales como la Asociación Nacional de Productores Ecológicos (ANPE-PERU), la Cámara de Comercio de Cusco, PROMPEX (ahora PROMPERU) y el Ministerio de Agricultura a través del Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA). Luego de la capacitación que se dictó a favor de los productores sobre la conservación de la biodiversidad de papas nativas en sus propias chacras, los campesinos podrán aplicar lo aprendido utilizando la tecnología apropiada para los agro-ecosistemas frágiles o de alto riesgo, así como para un aumentar el acceso al mercado. El proyecto, conducido por el CENFOPAR, obtuvo ventajosos contratos que vincularon a la Asociación de Productores de Cultivos Nativos del Valle Sagrado de los Incas –Agro cultivos, que reúne a 40 socios productores de papa nativa, con algunas de las más importantes empresas hoteleras locales. Hacer negocios con papa nativa se centra en una agricultura sostenible, más

conocido como biocomercio. Conserva recursos genéticos con la restitución de algunas variedades que habían sido dadas como pérdidas, protege los agro-ecosistemas, y rescata costumbres y tradiciones productivas locales.

Comercialización de la papa

1.2.4. Ventas

El presidente de la Junta de Usuarios del Valle de Tambo, Jesús Cornejo está convencido de que el precio del tubérculo está en picada debido a la importación, ya que según lo establecido por el gobierno, el kilogramo de papa se debe vender de 0.60 céntimos a más, para de esta manera se pueda recuperar la inversión y de la misma manera genere cierto margen de ganancia, pero la realidad en chacra es un escenario completamente distinto debido a que el kilogramo de papa se vende a menos de 0.30 céntimos, por lo que el agricultor está perdiendo el 50% aproximadamente de lo invertido.

Por lo que, para el presidente de la Junta de Usuarios de la Pampa de Majes, Nelson Martínez, esto es parte de una competencia desleal; además mencionó que la principal compradora de papa precocida es la empresa Alicorp, “Sin embargo, para el gerente regional de Agricultura, Juan Almeyda, la caída de precios fue generada por la sobreproducción, y dijo que no hay demanda ante una mayor oferta.” (La República, 2019).

1.2.5. Costos

Además, el mismo diario (La República, 2019) afirma que el Perú, aunque es el país de donde es originario la papa, importa este producto hace varios años. Los empresarios la compran preparada (pre-frita) principalmente de Holanda, Bélgica, Estados Unidos, Canadá, entre otros países, sobre todo para las grandes cadenas de comida rápida. Anualmente aumentan las toneladas que ingresan al país. Según información de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), el 2015 se importó 27 mil toneladas 960 y el 2017 la cifra creció a casi 32 mil toneladas. Esto mientras el país aumentó su producción a 4,5 millones en el 2016, la cual nos llevó a convertirnos en la primera productora de Latinoamérica y la decimocuarta a nivel mundial, según el Ministerio de Agricultura y Riego. "Es un absurdo importar papa", aseveró el

administrador de una céntrica y muy reconocida pollería de la ciudad. Sin embargo, reconoció que cada vez más estos centros de comida compran la papa preparada para abaratar costos, como la mano de obra, tiempo y el uso de agua. Su local adquiere entre 300 a 400 kilos del tubérculo listo para freír, para los comensales del día.

1.2.6. Precio de venta

El (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015) confirma que los costos de producción de la papa varían de acuerdo con el nivel tecnológico. Los insumos representan más del 50% de los costos totales, siendo la semilla el rubro de mayor costo, cuando la semilla es de calidad. La rentabilidad de la papa, depende mucho de los precios que se paga al productor, y las fluctuaciones de los precios debido a sobreproducción u otros factores, incidirá directamente en la rentabilidad del producto. En el cuadro se puede notar que cuando los precios están bajos (S/. 0.35 x Kg.) la rentabilidad es negativa, si los precios están altos entonces si habrá ganancias para el productor.

1.2 Definición de términos básicos

- **Importación:** Acción de importar un producto extranjero.
- **Disminución de precio:** Es la medida más usada para enfrentar a la competencia y alcanzar las metas de ventas, en el corto plazo.
- **Percepción de precio:** El precio, el valor y la utilidad son conceptos relacionados. La utilidad es el atributo de un artículo mediante el cual se satisfacen deseos.
- **Consumidores:** Que consume bienes y productos en una sociedad de mercado.
- **Mercado:** Lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesidad.
- **Demanda:** Exigencia que impone cierta cosa o se deriva de ella.
- **Calidad:** Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie.

- **Cantidad:** Número de unidades, tamaño o porción de una cosa, especialmente cuando es indeterminado.
- **Producción:** Conjunto de los productos que da la tierra naturalmente o de los que se elaboran en la industria.
- **Índice de consumo:** Es un índice económico en el que se valoran los precios de un predeterminado conjunto de bienes y servicios.
- **Efectividad:** En términos muy concretos, es el porcentaje en el que se logra el objetivo establecido.
- **Capital humano:** Es definido como la mano de obra dentro de una empresa y es el recurso más importante y básico ya que son los que desarrollan el trabajo de la productividad de bienes o servicios con la finalidad de satisfacer necesidades y venderlos en el mercado para obtener una utilidad.
- **Trabajador calificado:** Este tipo de trabajos se refiere a una actividad para la cual la persona requiere preparación académica y experiencia; son trabajos complejos de distintas áreas.
- **Especialistas:** Que tiene conocimientos profundos en una rama determinada de la ciencia, la técnica o el arte o en un campo determinado de una profesión o actividad.
- **Mano de obra:** Es el esfuerzo físico y mental que emplea un técnico para fabricar, mantener o reparar un bien, en particular una máquina.
- **Comercialización:** Acción de comercializar un producto.
- **Ventas:** Acción de vender.
- **Promoción:** Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.
- **Volumen de ventas:** En economía, es una magnitud contable que agrega todos los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido, con motivo de su actividad ordinaria, en un periodo de tiempo determinado.
- **Costos:** Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.
- **Costo total:** Se refiere a la totalidad de los costos de una empresa.
- **Costo por proceso:** Son el conjunto de procesos de fabricación, donde se somete al material hasta convertirlo en un producto semielaborado, elaborado y terminado.

- **Precio de venta:** Es el valor monetario sujeto a un producto o servicio, el cual se expresa en dinero.
- **Precio minorista:** Es la compra productos en pequeñas cantidades a fabricantes o importadores, bien directamente o a través de un mayorista.
- **Precio mayorista:** es aquel comercio que vende, compra o contrata al por mayor.
- **Mercados cautivos:** a aquel en el cual existen una serie de barreras de entrada que impiden la competencia, y convierten al mercado en un monopolio u oligopolio.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada

2.1.1. Hipótesis principal

Existe relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

2.1.2. Hipótesis específicas

- Existe relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Existe relación entre el sobre stock de papa y los costos de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Existe relación entre el capital humano y los precios de venta de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1. Variable independiente

Tabla 1.

Variable independiente

	DIMENSION	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE		Percepción del precio por parte de consumidores
Importación de papa	Disminución de precios	El mercado y la demanda Nivel de calidad de la papa Cantidad de la papa producida anualmente
	Sobre stock de papa	Índice de papa consumida Efectividad de la producción
	Capital humano	Cantidad de trabajadores calificados Número del personal especialista Mano de obra directa

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Variable dependiente

Tabla 2.

Variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADORES
Comercialización de los productores de papa	Ventas	Promoción
		Volumen de ventas
		Cantidad de ventas de la papa producida
	Costos	Costo total
		Producción
		Costos por proceso
	Precio de venta	Precio minorista
		Precio mayorista
		Mercados cautivos

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

La investigación tiene como finalidad precisar y determinar la influencia de la importación de la papa en la comercialización de los productores de la papa de Arequipa, específicamente en el Valle de Majes en el año 2020.

El tipo de diseño de investigación que se empleará para dar respuesta al problema general, problemas específicos, contrastar las hipótesis generales y específicas planteadas es de nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo en la cual se utilizará la encuesta, con preguntas cerradas, usando la herramienta de la escala Likert. La elaboración del trabajo está hecha en base a la siguiente metodología.

- **Enfoque:** Para el desarrollo del siguiente trabajo se hará uso del enfoque cuantitativo, es decir se trabajará con las herramientas cuantitativas, de modo que se realizaran entrevistas cerradas.
- **Nivel:** El presente trabajo tiene un nivel descriptivo, porque se está basando en un tema ya existente que ha sido comentado por otros autores.

- **Tipo:** La investigación es de tipo aplicada porque genera un análisis sobre la influencia de la importación de la papa en la comercialización de los productores de la papa de la región de Arequipa – Valle de Majes.
- **Diseño:** El diseño que presenta es explicativo.
- **Unidad de Análisis:** La presente investigación se dirigirá a los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes.

3.2. Diseño de muestra

3.2.1. Población

Según los productores de papa de Arequipa, específicamente del Valle de Majes, la población está constituida con un aproximado de 26 agricultores, quienes se encuentran laborando en actual año del 2019. Los criterios de inclusión de la población de estudio, fueron elegidos considerando el acceso que se tenía a los agricultores y considerando la situación actual mundial. La pandemia que afecto al mundo y al país, creo grandes limitaciones para el estudio, por lo cual solo se tuvo acceso a realizar las encuestas por medio de los medios de comunicación electrónicos, como correos electrónicos y WhatsApp, asimismo se logró contactar a 26 agricultores para responder las encuestadas elaboradas para el presente estudio.

La muestra se halló por medio de la fórmula del muestreo aleatorio simple, brindado por la universidad, la cual evidencio que se podía realizar encuestas a una muestra de 24 agricultores como mínimo para que la investigación fuera confiable y factible.

Datos:							
Z(0.975)=	1.64485	95% de confianza, nivel de significancia = 5%					
Z ² =	2.705532						
N =	26	$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q}$					
N-1 =	25						
P =	0.5						
Q =	0.5	Reemplazando valores en la fórmula:					
E =	0.05	n =	17.58595	=	24		
E ² =	0.0025		0.738883				

Figura 1 Muestreo aleatorio simple

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Muestra

En el presente trabajo de investigación se trabajará con una muestra de la población. Para determinar el tamaño de la muestra de colaboradores conociéndose el tamaño de la población se aplicará la siguiente fórmula:

Figura 1.

Formula

$$n_0 = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q}$$

Fuente: Elaboración propia

n = Tamaño de muestra

Z = Nivel de confianza establecida,

P = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

Q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado.

N = Tamaño de la población que es objeto de estudio.

e = Error absoluto o precisión de la estimación deseada de la media.

Reemplazando los números en la fórmula se tiene:

Z = 90% de confianza establecida

P = 50%

Q = 50%

N = 26 agricultores del Valle de Majes

e = 5% de error máximo permitido

$$n = \frac{(0.90)^2 \times (0.50)(0.50)(100)}{(0.05)^2 \times (26-1) + (0.95)^2 (0.50)(0.50)}$$
$$n = 24$$

Por lo tanto, la muestra para realizar el estudio, con un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90%, requiere un mínimo de 24 encuestas válidas para el desarrollo de la investigación. El procedimiento que se empleara es el probabilístico.

3.3. Técnicas de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación, se realizará con el instrumento del cuestionario, iniciándose con 3 preguntas de identificación, tales como género (femenino y masculino), estado civil (soltero, comprometido, casado, divorciado, viudo), edad (18-23, 23-28, 28-33, 33-38). El cuestionario consta de 54 preguntas; 27 preguntas se encuentran relacionadas a la variable 1 = Importación de la papa, y 27 preguntas se encuentran relacionadas a la variable 2 = Comercialización de los productores de papa.

3.3.1. Instrumentos de recolección de datos:

Tabla 3.

Cuadro: Técnica / Instrumento de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos:

La encuesta

Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionario

Fuente: Elaboración de USMP

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

En el presente trabajo de investigación se empleó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, que se midió por medio de la escala de Likert:

Totalmente en desacuerdo	1
Parcialmente en desacuerdo	2
Parcialmente de acuerdo	3
Totalmente de acuerdo	4

La técnica e instrumentos de recolección de datos, han sido elegidos para obtener resultados específicos por medio de las respuestas brindadas por los agricultores de papa de Arequipa – Valle de Majes, en donde responderán preguntas cerradas.

3.5. Aspectos éticos

Durante la investigación se respeta la propiedad intelectual de los autores e investigadores, materializando el compromiso y honorabilidad, respetando la información privada que se puede obtener fuera de las encuestas, además de citar la información que influye en la investigación. Siguiendo con lo expresado por la universidad se va a incluir la ética en la investigación en referencia a los 3 principios universales:

- Respeto por las personas
- Beneficencia
- Justicia

Los cuales como lo dice su nombre son aplicables a todo el mundo sin ningún tipo de frontera o limitación. Por otro lado, el investigador tendrá en cuenta actitudes que le den la autonomía suficiente a las personas, la libertad de responder y mantener la confiabilidad del público objetivo al cual se le aplicará el instrumento de recolección de datos. Finalmente, se va a respetar la

información salvaguardando que podría todo lo que podría considerarse sensible para el sujeto de la investigación o la unidad de análisis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

Para el presente trabajo se utilizó el cuestionario como instrumento de recopilación de datos, el cual tiene preguntas elaboradas en base a la información recabada y a la teoría estudiada, con esta se pretende responder la pregunta general que se formuló *¿De qué manera influye la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes, en el año 2020?* el presente trabajo pretende conocer la influencia que existe entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa, ya que conociendo esta relación se podrá saber que tan acertada fue la hipótesis planteada. La metodología del presente trabajo, ha sido elaborada con un enfoque cuantitativo, de modo que se utilizó la herramienta cuantitativa, la cual tiene un nivel descriptivo, porque se está basando en un tema ya existente que ha sido comentado por otros autores; es de tipo aplicada porque genera un análisis sobre las variables para poder responder las hipótesis planteadas, y su diseño es explicativo porque tiene relación causal, es decir que se intenta describir un problema.

El cuestionario se realizó de manera virtual a través de formularios de Google Form, el cual es un programa que almacena data en la nube, y permitió la creación del instrumento, del cual se extrajo el link y se envió vía WhatsApp a los productores de papa de Arequipa – Valle de Majes.

Para realizar la tabulación de las encuestas, se usó el programa SPSS, allí se realizó el análisis descriptivo e inferencial de las variables, con el cual se obtuvieron tabulaciones de cuadros de frecuencia y gráficos, en los cuales se hallaron la media, la mediana, la desviación estándar, entre otros. Además, se realizó la correlación de Pearson y el diagrama de dispersión para poder comprobar la influencia entre la variable dependiente “Comercialización de los productores de papa” y la independiente “Importación de la papa”. Luego se aplicó una prueba de normalidad, de Shapiro Wilk, esta prueba compara la función de distribución empírica de los datos de la muestra con la distribución esperada si los datos fuesen normales. Estas pruebas indicaran si se puede rechazar o no las hipótesis.

4.1.1. Descripción de la muestra

La muestra está compuesta por un total de 24 individuos, que respondieron 54 preguntas divididas por las variables de investigación, la muestra total respondió todas las preguntas del instrumento, no dando pie a valores perdidos.

Es entonces que la muestra está compuesta por Productores de Papa de la Ciudad de Arequipa – Valle de Majes; quienes vía online pudieron responder al cuestionario virtual, dada la contingencia a nivel nacional, y para poder describirlos se les preguntó ítems informativos compuestos por los siguientes tópicos: género, estado civil y edad; las cuales fueron medidas de manera nominal, pues son categorizadas como cualitativas, dado que son texto, no numeración, aunque estén codificadas se denominan en la estadística: *Variables Cualitativas Nominales*, y cabe mencionar que el investigador colocó las alternativas o los valores en base a rangos previamente investigados.

Tabla 4.

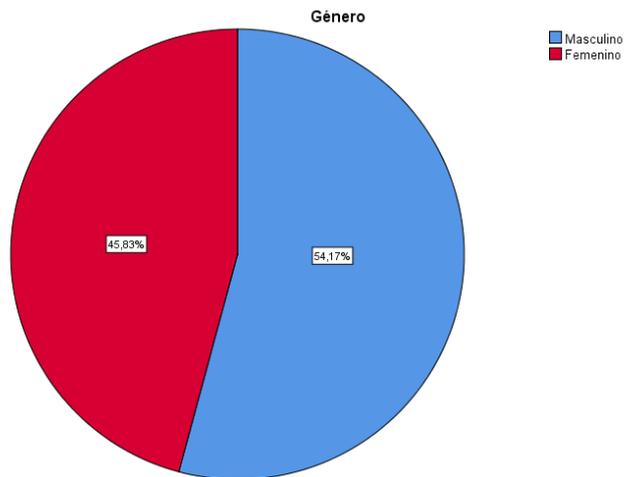
Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	13	54,2	54,2	54,2
	Femenino	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 2.

Género



Interpretación:

La tabla evidencia que dentro de la empresa hay más personas del género masculino que del femenino, en donde el 54,2% son masculinos y el 45,8% son femeninos.

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 5.

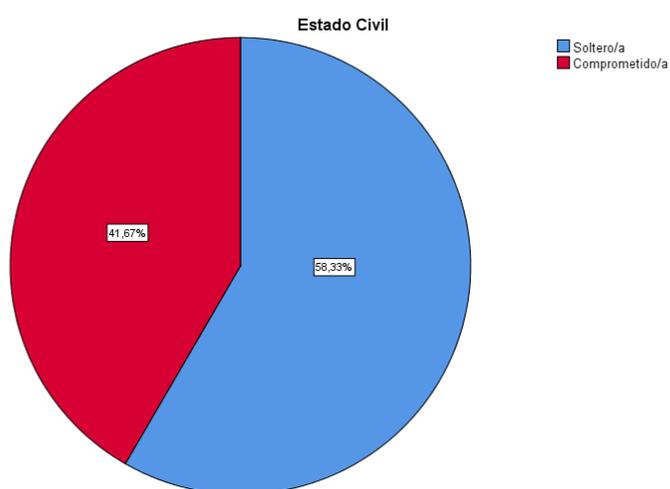
Estado civil

Estado Civil					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Soltero/a	14	58,3	58,3	58,3
Válido	Comprometido/a	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 3.

Estado Civil



Interpretación:

La tabla evidencia que el 58,3% de los encuestados son personas solteras y el 41,7% están comprometidos.

Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Tabla 6.

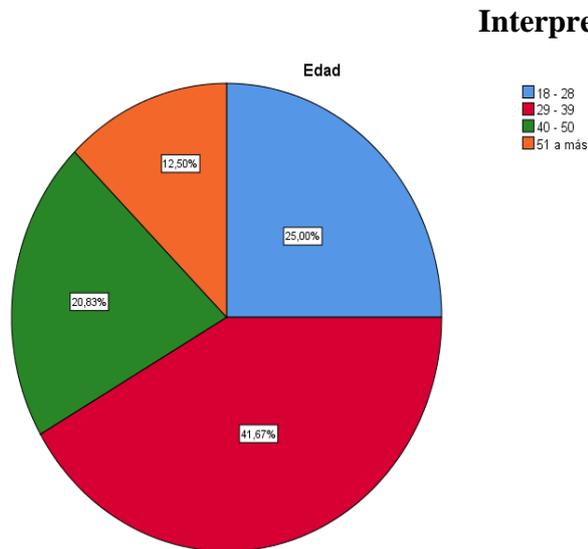
Edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 28	6	25,0	25,0	25,0
	29 - 39	10	41,7	41,7	66,7
	40 - 50	5	20,8	20,8	87,5
	51 a más	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 4.

Edad



La tabla evidencia que la mayoría de la población encuestada son personas cuyo rango de edad están entre los 29-39 años, ellos están conformados por el 41,7%, mientras que la población de 18-28 están conformados por un 25%. Esto evidencia que la mayoría de encuestados son personas de edad adultos jóvenes.

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Distribución de Datos:

Para conocer la distribución de los datos, con respecto a la muestra, se realizó el estudio **Shapiro - Wilk**, esta prueba compara la función de distribución empírica de los datos de la muestra con la distribución esperada si los datos fuesen normales, es usada con muestras de menos de 50 personas, como es este el caso.

Tabla 7.

Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
IMPO_PAPA	0,134	24	0,200*	0,925	24	0,077
COMERCIALIZACION	0,249	24	0,000	0,879	24	0,008

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

En las pruebas de normalidad, el enfoque irá a la columna derecha; donde para poder indicar el tipo de distribución, se establece la hipótesis nula y la hipótesis alterna, y luego considerar el nivel de significancia, y determinar normalidad.

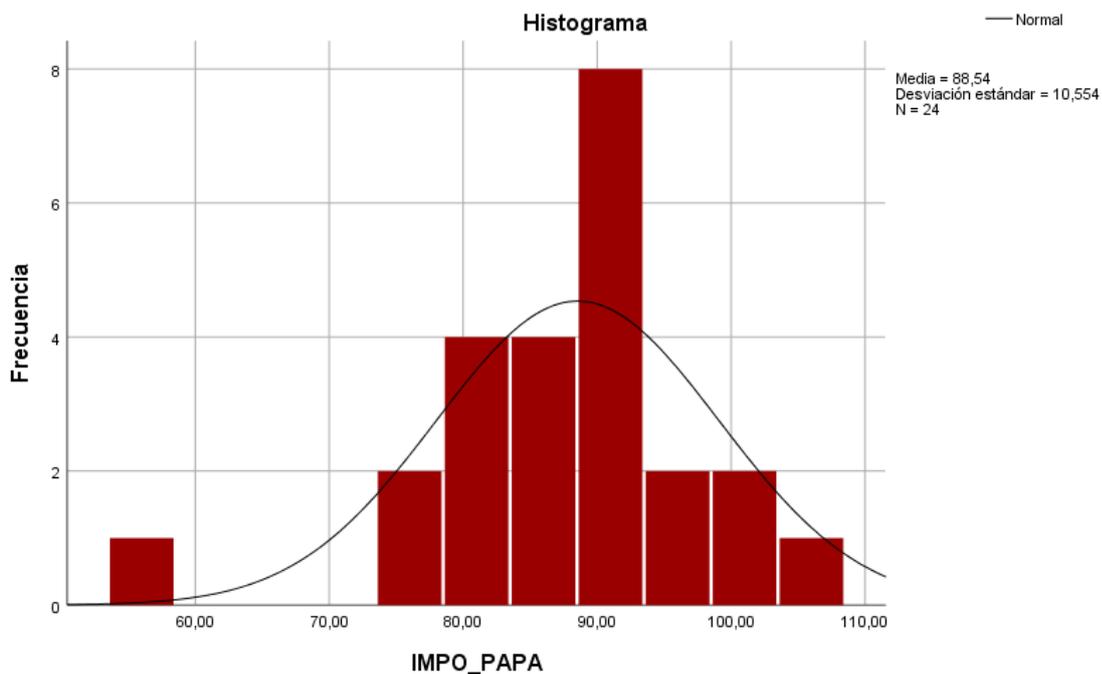
H₀: Los datos vienen de una distribución normal, es decir, no hay una separación o dispersión fuerte; si el Sig < 0.05.

H₁: Los datos no vienen de una distribución normal, es decir hay una separación o dispersión fuerte; si el Sig > 0.05.

Importación:

Figura 5.

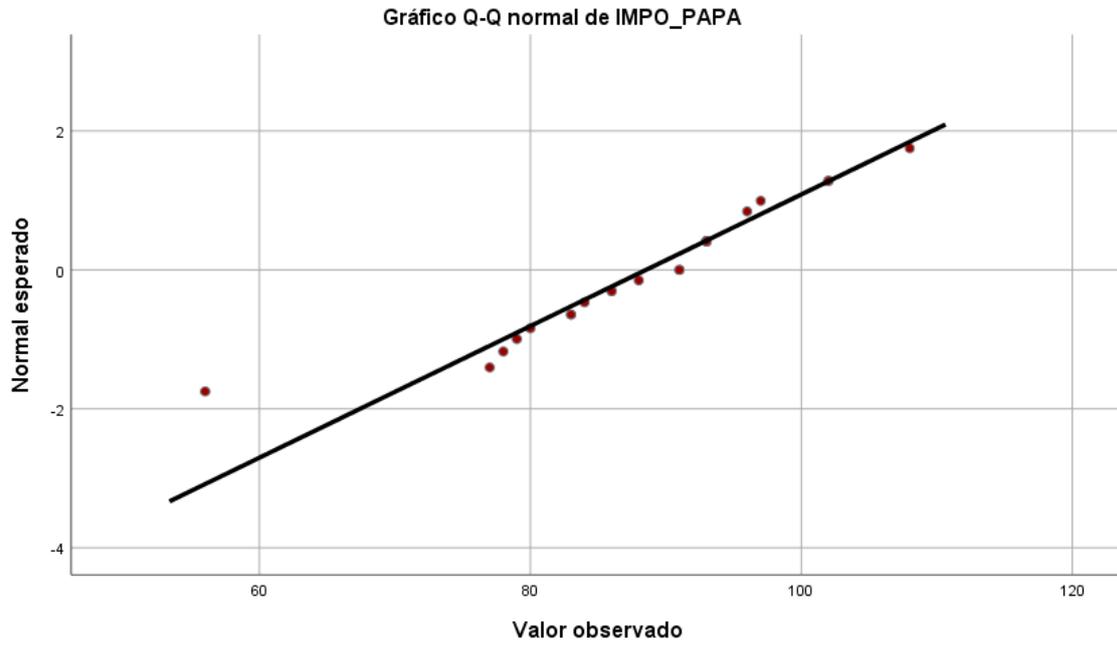
Histograma de Impo_Papa



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 6.

Gráfico Q-Q de importación

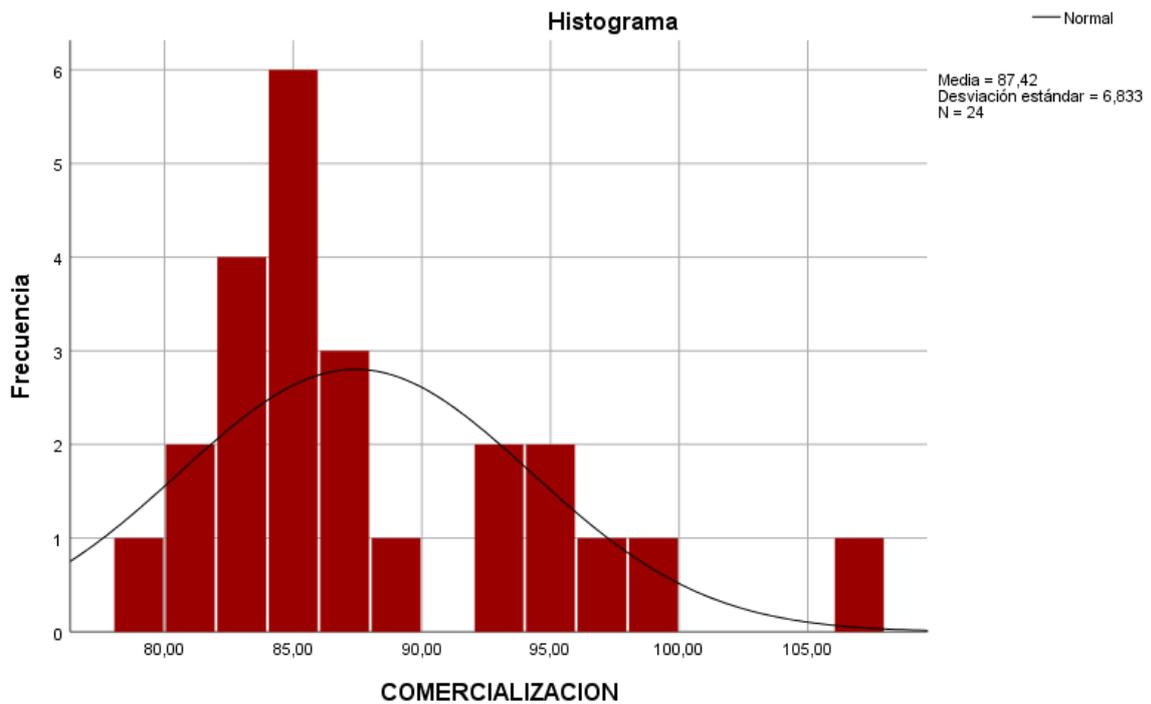


Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Comercialización:

Figura 7.

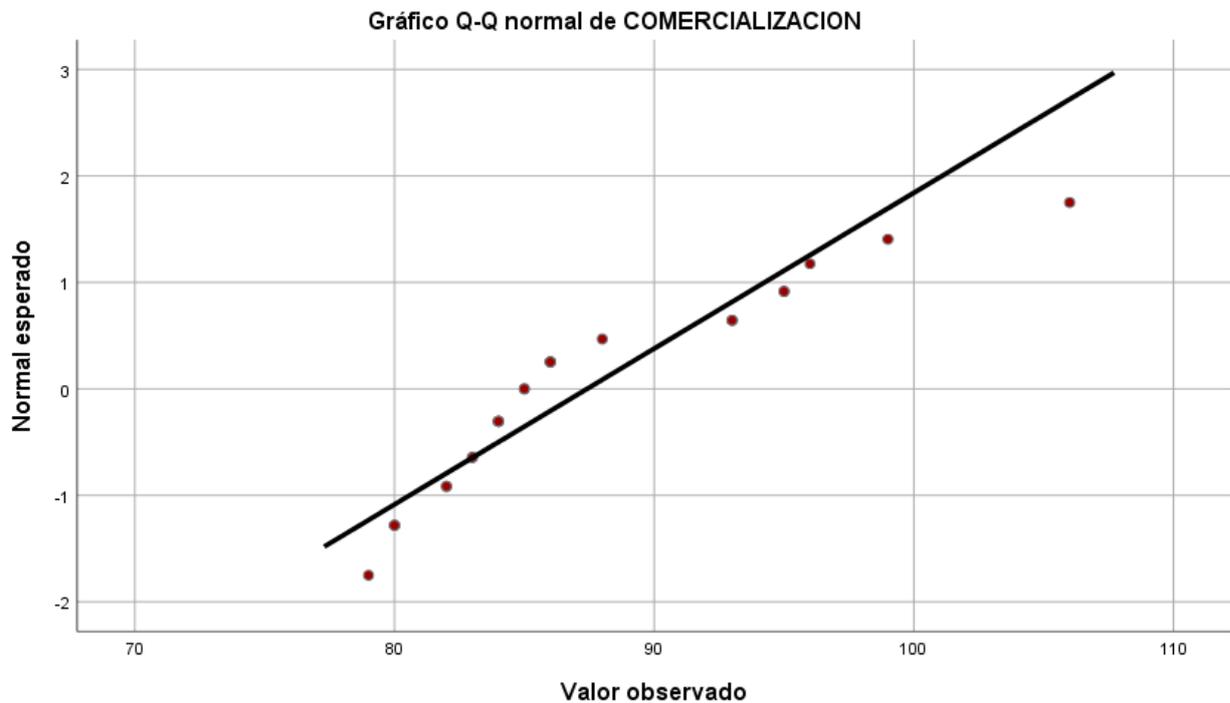
Histograma de comercialización



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 8.

Gráfico Q-Q de comercialización



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Los Nivel de Significancia son menores a 0.05

Entonces, la Hipótesis Nula se acepta, es decir, la muestra está distribuida de manera normal, por lo que se concluye que no hay una separación o dispersión fuerte entre el conjunto de datos.

Asimismo, se puede observar que las nubes de puntos están cercanas en su mayoría a la recta, es decir no tienen una separación o dispersión fuerte, y eso se debe a que la muestra presenta una distribución normal, porque se aprobó la Hipótesis Nula, es decir que los datos provienen de una distribución normal dado que si el Sig < 0.05.

Además, para los histogramas ya que no hay una excesiva separación entre barras, y la campana de Gauss está casi centrada, es decir que es una asimetría casi positiva, dado que la cola esta inclinada ligeramente a la izquierda en ambas variables, esto quiere decir que la distribución es normal, pero tienen algunos datos lejanos.

4.1.2. Confiabilidad y validez del constructo del instrumento

Este subtítulo se respalda con el indicador de fiabilidad estadístico denominado Alfa de Cronbach, el cual es un coeficiente para medir a través de escalas de medida, es decir que mide las respuestas al cuestionario, lo deseable es que los ítems estén correlacionados entre sí, y eso se comprueba cuando la tasa es más cercana al 1, dado que ello refleja consistencia; es importante mencionar que no es un estadístico, sino un indicador, y se considera valores alfa superiores a los que están entre el 0.7 y 0.8; la presente investigación oscila entre dichas tasas, por lo que el constructor de la investigación representado con el cuestionario aplicado es confiable para uso propio, y para el aporte a otras investigaciones.

Tabla 8.

Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
	Válido	24	100,0
Caso	Excluidos	0	0,0
	Total	24	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 9.

Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,569	2

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

*El Alfa se extrajo de la combinación escalar de ambas variables, es decir después de realizada la agrupación de ítems de cada una de ellas; y cuando se tiene una tasa menor a la idónea,

concluimos que el tamaño de muestra debió ser mayor, dado que la cantidad de ítems del instrumento duplica la muestra, y eso genera ruido en este indicador.

4.1.3. Análisis exploratorio

Para el presente análisis, se realizó las tablas de frecuencia y los gráficos de barra de cada ítem del instrumento ordenado por variable, dimensión, e indicador; luego se agrupo las variables y las dimensiones agregando valores como alternativas para poder agrupar también las frecuencias generales, obteniendo los resultados de manera visual

Detalle por Operacionalización de Variables:

Tabla 10.

Variable independiente

Variable independiente: Importación de la papa

Dimensión 1: Disminución de precios

Indicador 1: Percepción del precio por parte de consumidores

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11.

¿Usted cree lograr cumplir sus objetivos de venta, al fijar un precio específico en el mercado?

¿Usted cree lograr cumplir sus objetivos de venta, al fijar un precio específico en el mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	12,5
	Parcialmente de acuerdo	10	41,7	41,7	54,2
	Totalmente de acuerdo	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

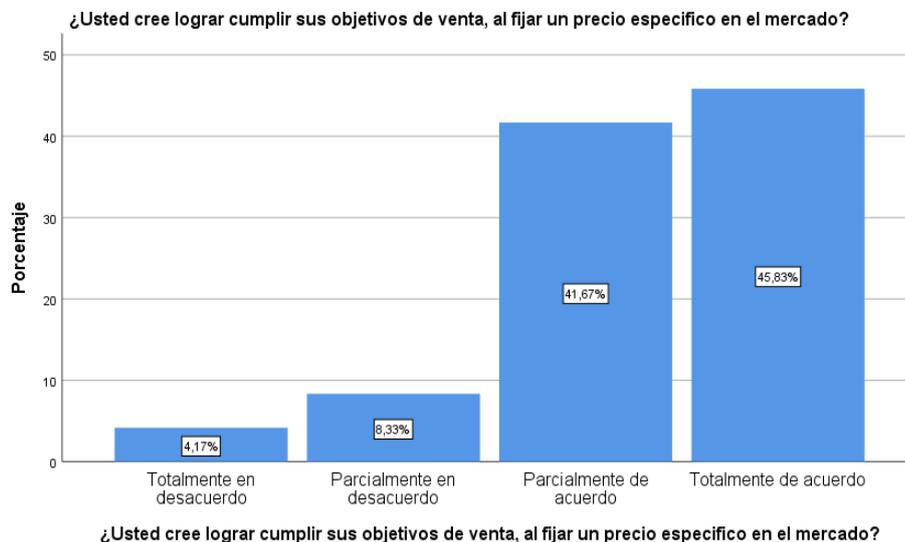
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 9.

¿Usted cree lograr cumplir sus objetivos de venta, al fijar un precio específico en el mercado?

Interpretación:

El 45,8% y el 41,7% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que se puede lograr cumplir un objetivo de venta, al fijar un precio específico en el mercado, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 12.

¿Usted cree que el precio de sus productos con respecto a los de la competencia, son competitivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	45,8
Totalmente de acuerdo	13	54,2	54,2	100,0
Válido	24	100,0	100,0	

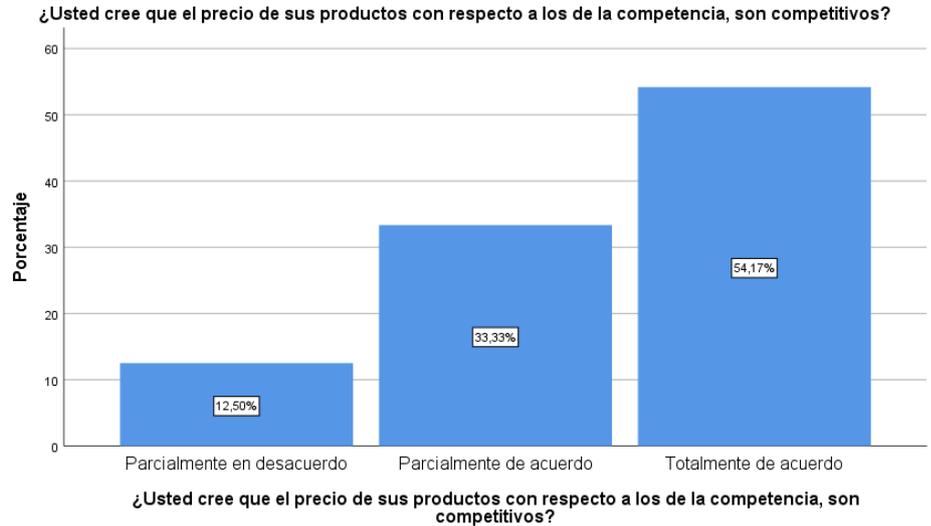
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 10.

¿Usted cree que el precio de sus productos con respecto a los de la competencia, son competitivos?

Interpretación:

El 54,2% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el precio de los productos con respecto a los de la competencia, son competitivos, mientras que el 12,5% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 13.

¿Usted cree que el precio de la papa importada influye en la fijación de precios?

¿Usted cree que el precio de la papa importada influye en la fijación de precios?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	20,8
	Parcialmente de acuerdo	6	25,0	25,0	45,8
	Totalmente de acuerdo	13	54,2	54,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

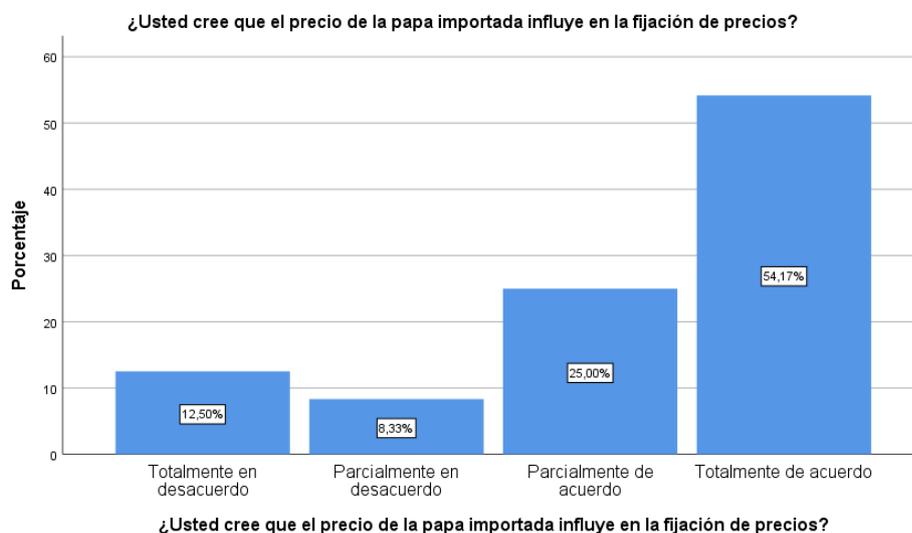
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 11.

¿Usted cree que el precio de la papa importada influye en la fijación de precios?

Interpretación:

El 54,2% y el 25% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el precio de la papa importada influye en la fijación de precios, mientras que el 12,5% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 2: El mercado y la demanda

Tabla 14.

¿Usted cree tener la información necesaria para definir los mercados objetivos de las empresas del sector agroindustrial?

¿Usted cree tener la información necesaria para definir los mercados objetivos de las empresas del sector agroindustrial?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	12,5
	Parcialmente de acuerdo	15	62,5	62,5	75,0
	Totalmente de acuerdo	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

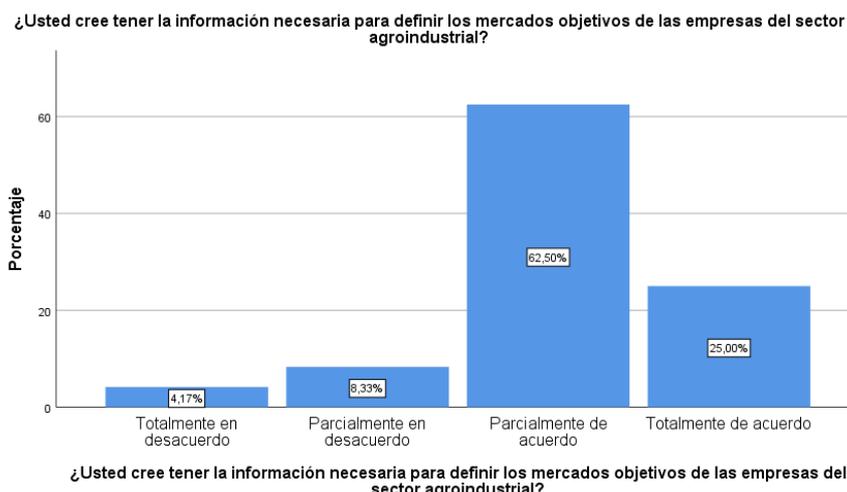
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 12.

¿Usted cree tener la información necesaria para definir los mercados objetivos de las empresas del sector agroindustrial?

Interpretación:

El 25% y el 62,5% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que poseen la información necesaria para definir los mercados objetivos de las empresas del sector agroindustrial, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Tabla 15.

Según su experiencia, ¿Usted cree poder determinar los precios de venta de los productos en el sector agroindustrial?

Según su experiencia, ¿Usted cree poder determinar los precios de venta de los productos en el sector agroindustrial?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	25,0
	Parcialmente de acuerdo	12	50,0	50,0	75,0
	Totalmente de acuerdo	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

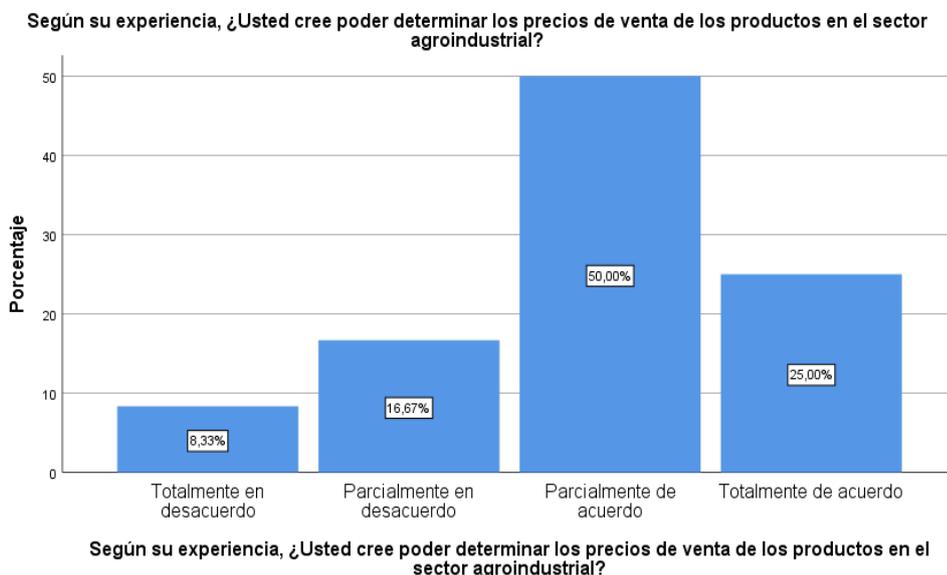
Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 13.

Según su experiencia, ¿Usted cree poder determinar los precios de venta de los productos en el sector agroindustrial?

Interpretación:

El 25% y el 50% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, de poder determinar los precios de venta de los productos en el sector agroindustrial, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 16.

En relación a las distintas variedades de cosechas, ¿Cree usted que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el desarrollo humano?

En relación a las distintas variedades de cosechas, ¿Cree usted que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el desarrollo humano?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	6	25,0	25,0	29,2
	Totalmente de acuerdo	17	70,8	70,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

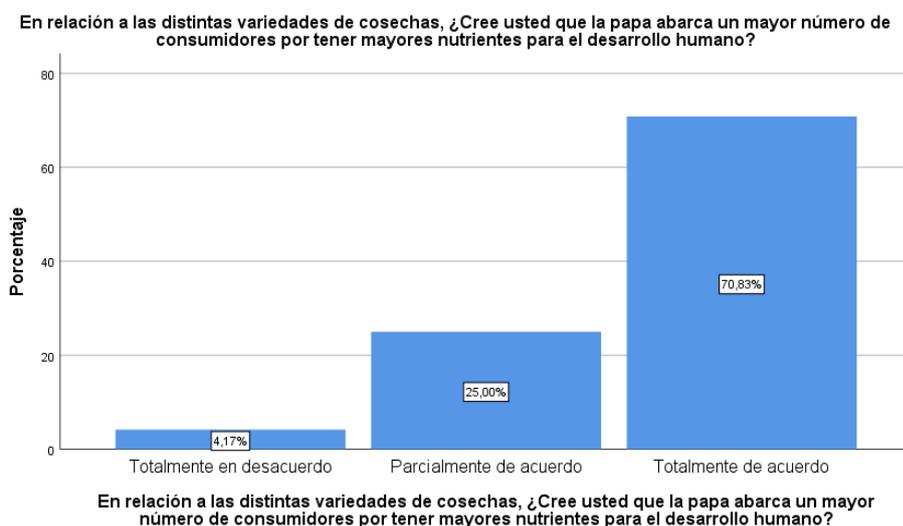
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 14.

En relación a las distintas variedades de cosechas, ¿Cree usted que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el desarrollo humano?

Interpretación:

El 70,8% y el 25% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el desarrollo humano, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 3: Nivel de calidad de la papa

Tabla 17.

¿Usted cree que su cliente queda satisfecho con la calidad de papa producida?

¿Usted cree que su cliente queda satisfecho con la calidad de papa producida?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Totalmente de acuerdo	22	91,7	91,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

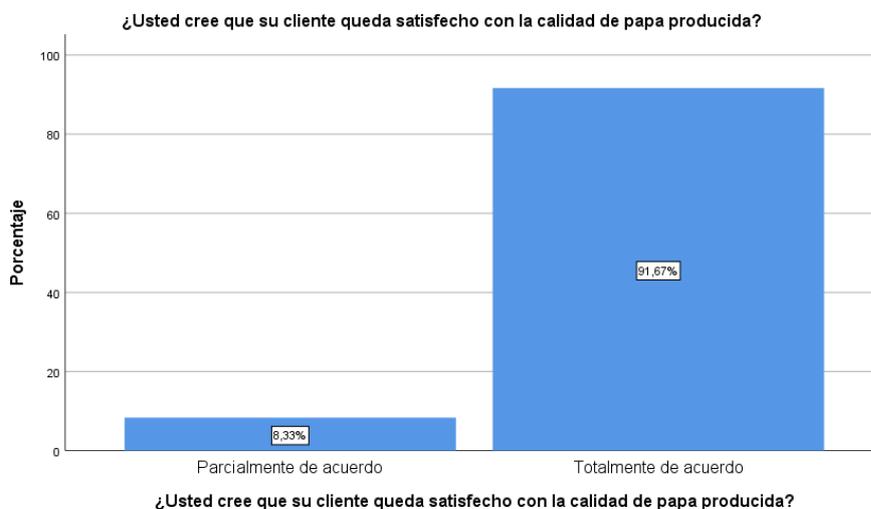
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 15.

¿Usted cree que su cliente queda satisfecho con la calidad de papa producida?

Interpretación:

El 91,7% y el 8,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que los clientes quedan satisfechos con la calidad de papa producida en Arequipa - Valle de Majes.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 18.

¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes sea de mejor calidad en comparación a la papa importada?

¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes sea de mejor calidad en comparación a la papa importada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	8,3
	Parcialmente de acuerdo	1	4,2	4,2	12,5
	Totalmente de acuerdo	21	87,5	87,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

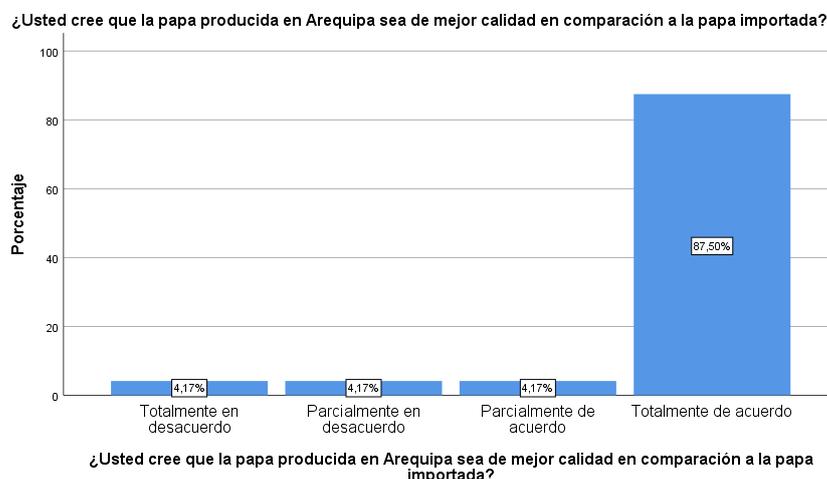
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 16.

¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes sea de mejor calidad en comparación a la papa importada?

Interpretación:

El 87,5% y el 4,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes es de mejor calidad en comparación a la papa importada, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 19.

¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes cumple con los estándares de calidad en comparación a la papa importada?

¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes cumple con los estándares de calidad en comparación a la papa importada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente de acuerdo	2	8,3	8,3	16,7
	Totalmente de acuerdo	20	83,3	83,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

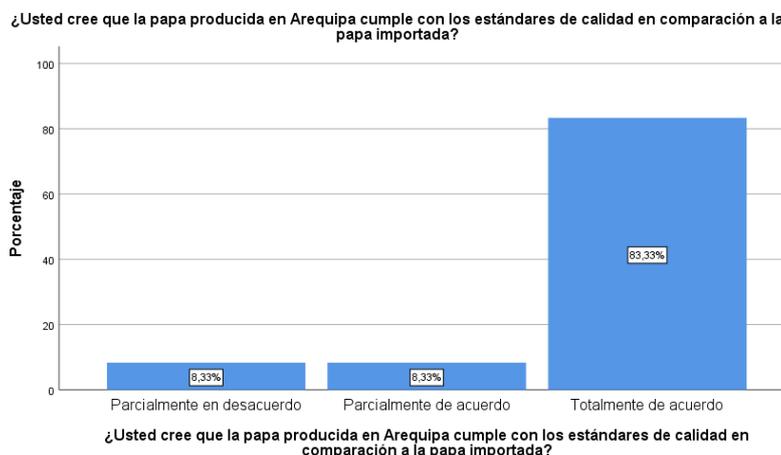
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 17.

¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes cumple con los estándares de calidad en comparación a la papa importada?

Interpretación:

El 83,3% y el 8,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes cumple con los estándares de calidad en comparación a la papa importada, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Dimensión 2: Sobre stock de papa

Indicador 1: Cantidad de papa producida anualmente

Tabla 20.

¿Usted cree que es suficiente la cantidad de papa producida anualmente?

¿Usted cree que es suficiente la cantidad de papa producida anualmente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	16,7
	Parcialmente de acuerdo	11	45,8	45,8	62,5
	Totalmente de acuerdo	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

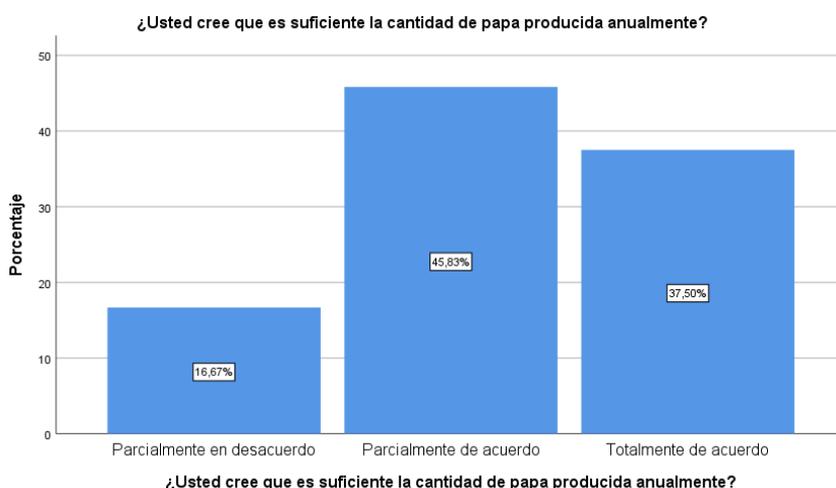
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 18.

¿Usted cree que es suficiente la cantidad de papa producida anualmente?

Interpretación:

El 37,5% y el 45,8% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la cantidad de papa producida anualmente es suficiente, mientras que el 16,7% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 21.

¿Usted cree que pueda atender todos sus pedidos con la cantidad de papa producida?

¿Usted cree que pueda atender todos sus pedidos con la cantidad de papa producida?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente de acuerdo	9	37,5	37,5	45,8
	Totalmente de acuerdo	13	54,2	54,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 19.

¿Usted cree que pueda atender todos sus pedidos con la cantidad de papa producida?

Interpretación:

El 54,2% y el 37,5% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que se puede atender todos los pedidos con la cantidad de papa producida, mientras que el 8,3% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 22.

¿Usted cree que el stock de papa que le queda a fin de año, pueda servir para la venta del año siguiente?

¿Usted cree que el stock de papa que le queda a fin de año, pueda servir para la venta del año siguiente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	25,0	25,0	25,0
	Parcialmente en desacuerdo	6	25,0	25,0	50,0
	Parcialmente de acuerdo	5	20,8	20,8	70,8
	Totalmente de acuerdo	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

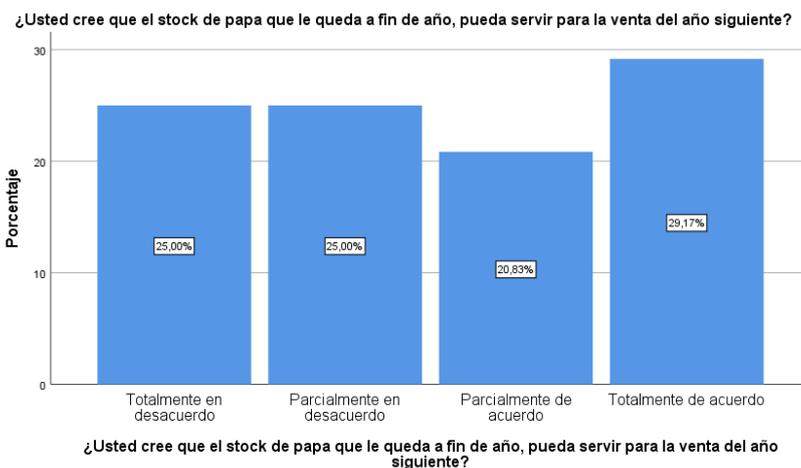
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 20.

¿Usted cree que el stock de papa que le queda a fin de año pueda servir para la venta del año siguiente?

Interpretación:

El 29,2% y el 20,8% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el stock de papa que le queda a fin de año, pueda servir para la venta del año siguiente, mientras que el 25% está parcialmente y totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Indicador 2: Índice de papa consumida

Tabla 23.

¿Usted cree que la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes sea proporcional al consumo anual?

¿Usted cree que la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes sea proporcional al consumo anual?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente de acuerdo	14	58,3	58,3	66,7
	Totalmente de acuerdo	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

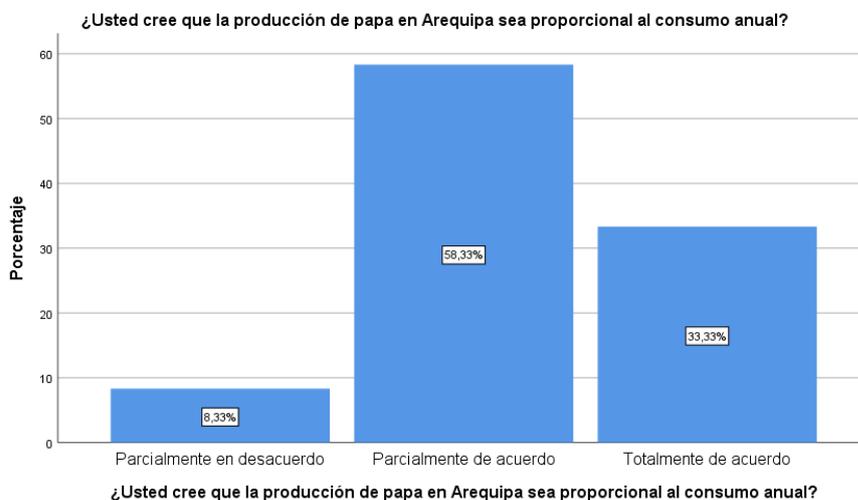
Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 21.

¿Usted cree que la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes sea proporcional al consumo anual?

Interpretación:

El 33,3% y el 58,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes sea proporcional al consumo anual, mientras que el 8,3% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Tabla 24.

¿Usted cree que ha aumentado en este año el índice de papa consumida?

¿Usted cree que ha aumentado en este año el índice de papa consumida?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	20,8
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	50,0
	Totalmente de acuerdo	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

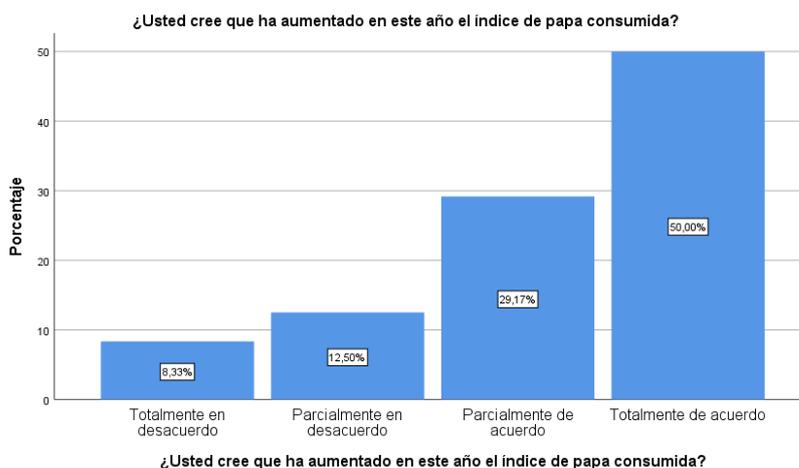
Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 22.

¿Usted cree que ha aumentado en este año el índice de papa consumida?

Interpretación:

El 50% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que este año ha aumentado el índice de papa consumida en el Perú, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 25.

¿Usted cree que el consumo de papa producida nacionalmente se vea afectada por la importación de papa del extranjero?

¿Usted cree que el consumo de papa producida nacionalmente se vea afectada por la importación de papa del extranjero?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	16,7
	Parcialmente de acuerdo	2	8,3	8,3	25,0
	Totalmente de acuerdo	18	75,0	75,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

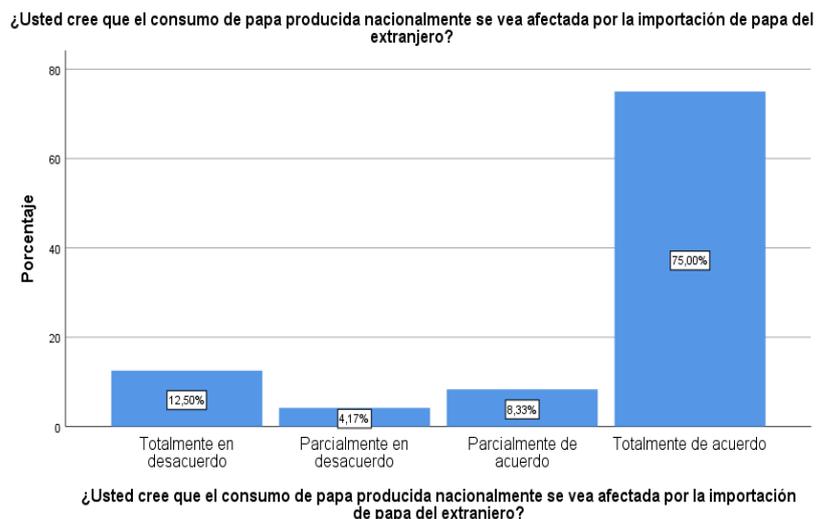
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 23.

¿Usted cree que el consumo de papa producida nacionalmente se vea afectada por la importación de papa del extranjero?

Interpretación:

El 75% y el 8,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el consumo de papa producida nacionalmente se vio afectada por la importación de papa del extranjero, mientras que el 12,5% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 3: Efectividad de la producción

Tabla 26.

¿Usted cree que la merma es significativa en la producción de papa?

¿Usted cree que la merma es significativa en la producción de papa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

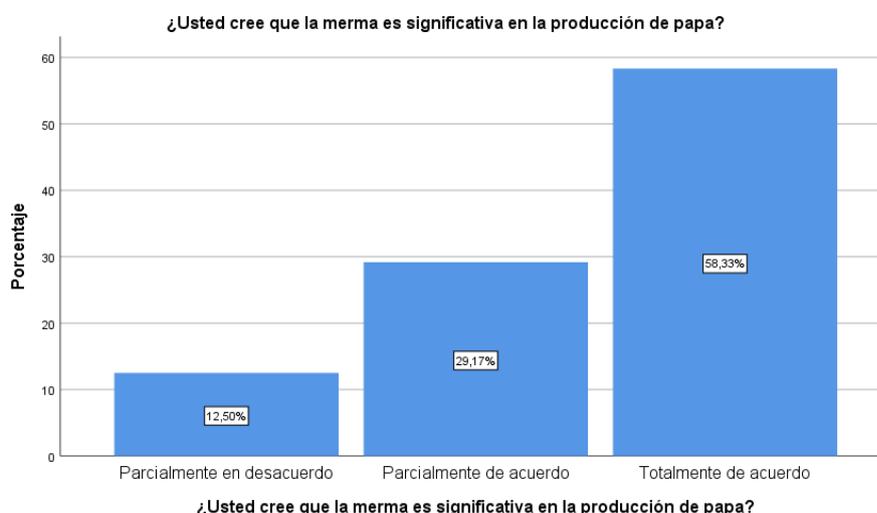
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 24.

¿Usted cree que la merma es significativa en la producción de papa?

Interpretación:

El 58,3% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la merma es significativa en la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes, mientras que el 12,5% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 27.

¿Usted cree que existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por querer mantener papa almacenada, para ventas imprevistas?

¿Usted cree que existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por querer mantener papa almacenada, para ventas imprevistas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	5	20,8	20,8	33,3
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	62,5
	Totalmente de acuerdo	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

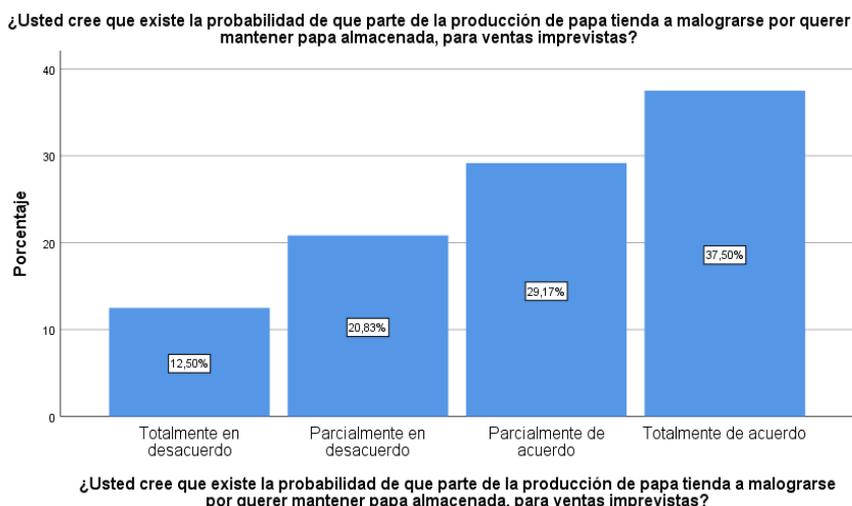
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 25.

¿Usted cree que existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por querer mantener papa almacenada, para ventas imprevistas?

Interpretación:

El 37,5% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por querer mantener papa almacenada, para ventas imprevistas, mientras que el 12,5% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 28.

¿Usted cree que los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el sobre almacenamiento de este tubérculo?

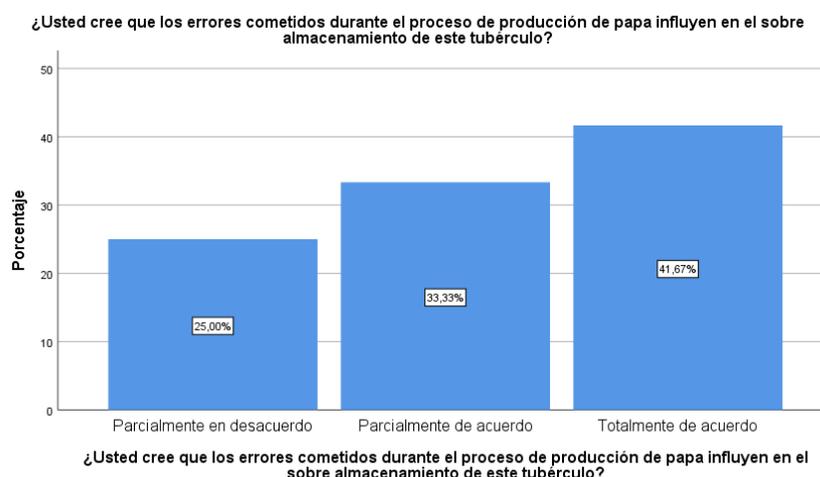
¿Usted cree que los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el sobre almacenamiento de este tubérculo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	6	25,0	25,0	25,0
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	58,3
	Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅
 Figura 26.

¿Usted cree que los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el sobre almacenamiento de este tubérculo?

Interpretación

El 41,7% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el sobre almacenamiento de este tubérculo, mientras que el 25% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Dimensión 3: Capital humano

Indicador 1: Cantidad de trabajadores calificados

Tabla 29.

¿Usted cree que contar con trabajadores con un grado superior de estudios, ayude a mejorar la calidad y la cantidad de la producción?

¿Usted cree que contar con trabajadores con un grado superior de estudios, ayude a mejorar la calidad y la cantidad de la producción?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente en desacuerdo	5	20,8	20,8	25,0
	Parcialmente de acuerdo	4	16,7	16,7	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

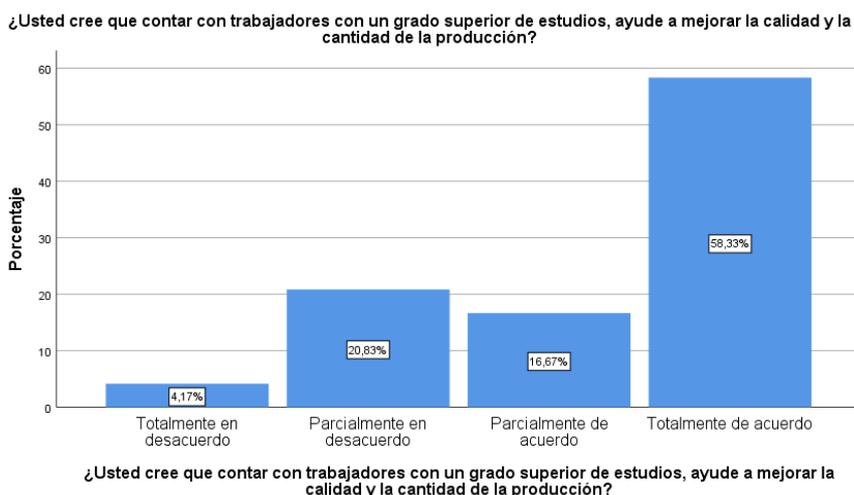
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 27.

¿Usted cree que contar con trabajadores con un grado superior de estudios, ayude a mejorar la calidad y la cantidad de la producción?

Interpretación:

El 58,3% y el 16,7% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que contar con trabajadores con un grado superior de estudios, ayudaría a mejorar la calidad y la cantidad de la producción, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 30.

¿Usted cree que sea importante la capacitación al personal?

¿Usted cree que sea importante la capacitación al personal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	2	8,3	8,3	12,5
	Totalmente de acuerdo	21	87,5	87,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 28.

¿Usted cree que sea importante la capacitación al personal?

Interpretación:

El 87,5% y el 8,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que es importante la capacitación del personal, mientras que el 4,2% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 31.

¿Usted cree que sea necesario evaluar la calidad de sus trabajadores?

¿Usted cree que sea necesario evaluar la calidad de sus trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	3	12,5	12,5	16,7
	Totalmente de acuerdo	20	83,3	83,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 29.

¿Usted cree que sea necesario evaluar la calidad de sus trabajadores?

Interpretación:

El 83,3% y el 12,5% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que es necesario evaluar la calidad de los trabajadores, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Indicador 2: Numero de personal especialistas

Tabla 32.

¿Usted cree que sea importante contar con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa?

¿Usted cree que sea importante contar con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	33,3
	Totalmente de acuerdo	16	66,7	66,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

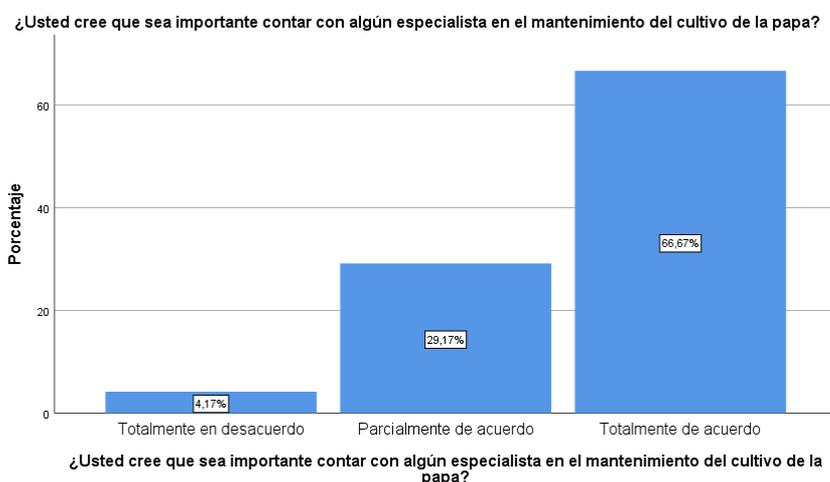
Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 30.

¿Usted cree que sea importante contar con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa?

Interpretación:

El 66,7% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que es importante contar con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 33.

¿Usted cree que sea económicamente beneficioso contratar a otra empresa para que se encargue de plantar y cosechar la papa?

¿Usted cree que sea económicamente beneficioso contratar a otra empresa para que se encargue de plantar y cosechar la papa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	58,3	58,3	58,3
	Parcialmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	75,0
	Parcialmente de acuerdo	4	16,7	16,7	91,7
	Totalmente de acuerdo	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

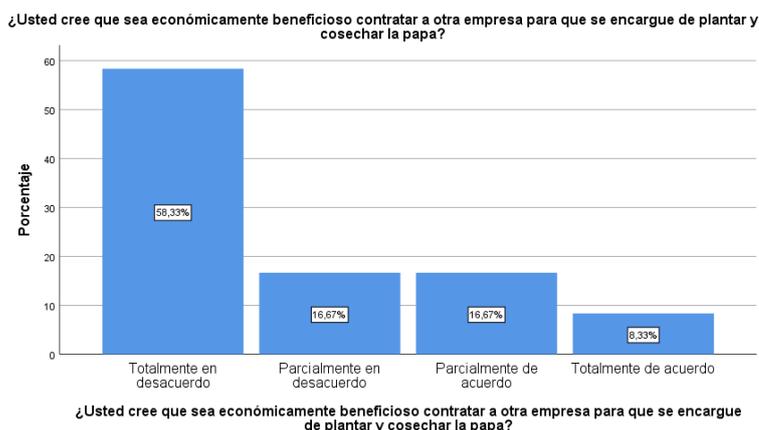
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 31.

¿Usted cree que sea económicamente beneficioso contratar a otra empresa para que se encargue de plantar y cosechar la papa?

Impetración:

El 8,3% y el 16,7% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que es económicamente beneficioso contratar a otra empresa para que se encargue de plantar y cosechar la papa, mientras que el 58,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Tabla 34.

¿Usted cree que, para solucionar cualquier tipo de problema de carácter urgente con respecto a la producción, se necesite de especialistas?

¿Usted cree que, para solucionar cualquier tipo de problema de carácter urgente con respecto a la producción, se necesite de especialistas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	20,8
	Parcialmente de acuerdo	5	20,8	20,8	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

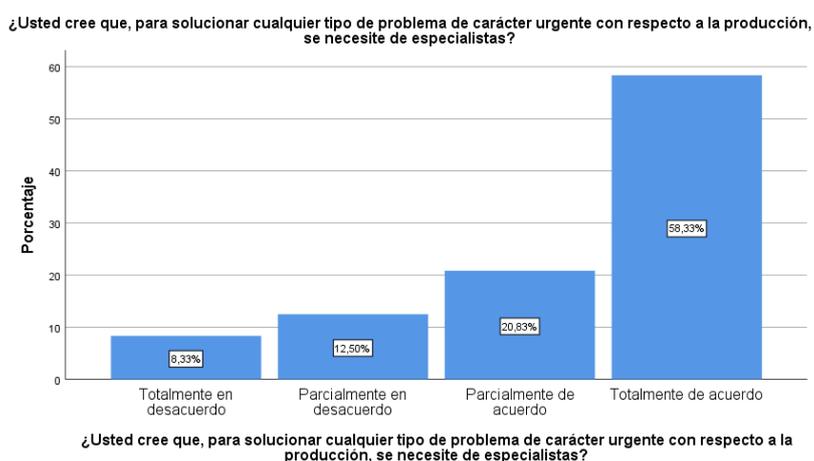
Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 32.

¿Usted cree que, para solucionar cualquier tipo de problema de carácter urgente con respecto a la producción, se necesite de especialistas?

Interpretación:

El 58,3% y el 20,8% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que, para solucionar cualquier tipo de problema de carácter urgente con respecto a la producción, se necesita de especialistas, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 3: Mano de obra directa

Tabla 35.

¿Cree usted necesitar mayor cantidad de mano de obra?

¿Cree usted necesitar mayor cantidad de mano de obra?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente en desacuerdo	5	20,8	20,8	29,2
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	62,5
	Totalmente de acuerdo	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

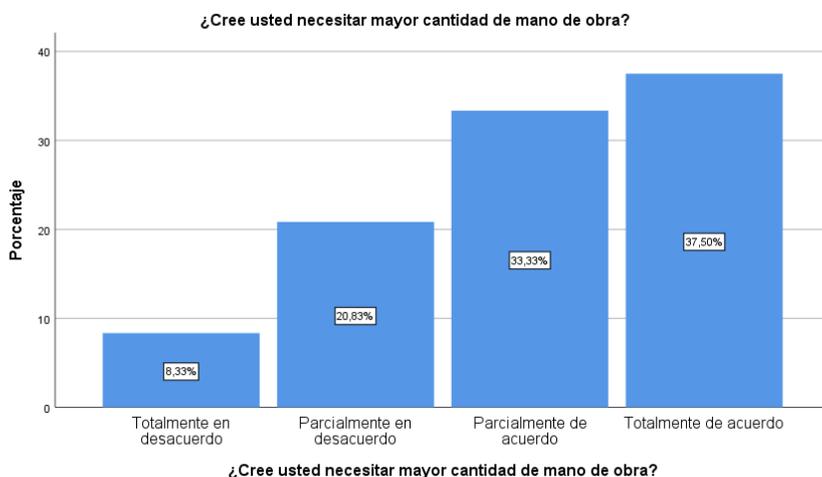
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 33.

¿Cree usted necesitar mayor cantidad de mano de obra?

Interpretación:

El 37,5% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que se necesita mayor cantidad de mano de obra para la producción de papa, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 36.

¿Usted cree que el trato de los trabajadores sea igual para los agricultores como para los administrativos?

¿Usted cree que el trato de los trabajadores sea igual para los agricultores como para los administrativos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	25,0	25,0	25,0
	Parcialmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	41,7
	Parcialmente de acuerdo	1	4,2	4,2	45,8
	Totalmente de acuerdo	13	54,2	54,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

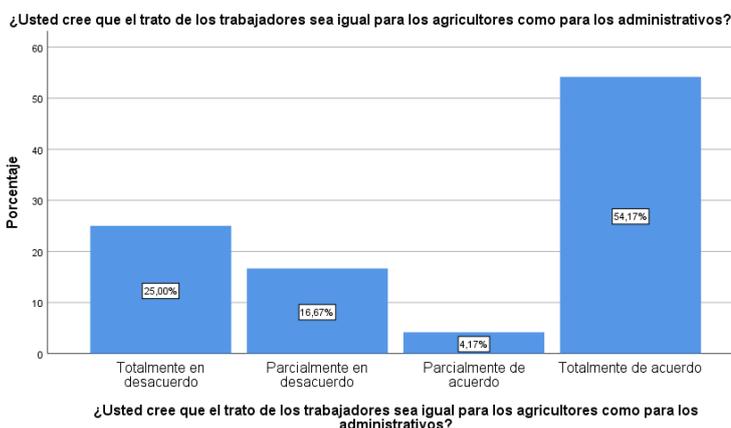
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 34.

¿Usted cree que el trato de los trabajadores sea igual para los agricultores como para los administrativos?

Interpretación:

El 54,2% y el 4,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el trato de los trabajadores es igual para los agricultores como para los administrativos, mientras que el 25% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 37.

¿Usted cree que los trabajadores necesiten de algún tipo de beneficio motivacional para seguir laborando de forma excelente?

¿Usted cree que los trabajadores necesiten de algún tipo de beneficio motivacional para seguir laborando de forma excelente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	37,5
	Totalmente de acuerdo	15	62,5	62,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

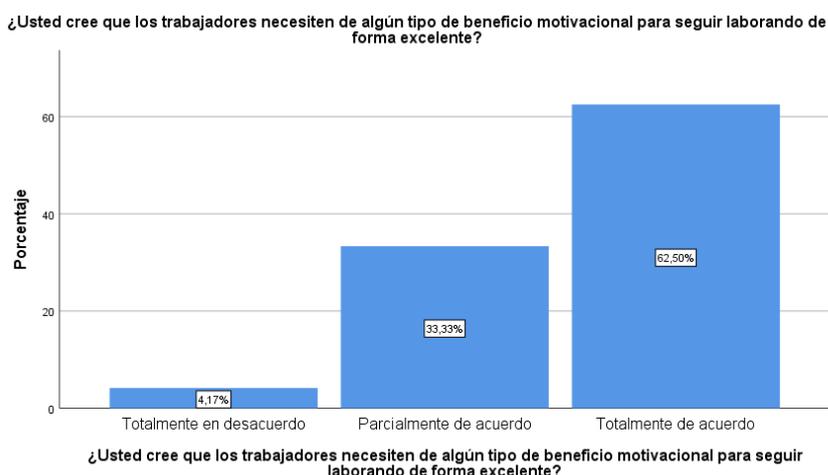
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 35.

¿Usted cree que los trabajadores necesiten de algún tipo de beneficio motivacional para seguir laborando de forma excelente?

Interpretación:

El 62,5% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que los trabajadores necesitan de algún tipo de beneficio motivacional para seguir laborando de forma excelente, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Variable dependiente: Comercialización de los productores de papa
Dimensión 1: Ventas
Indicador 1: Promoción

Tabla 38.

¿Usted cree que las estrategias de marketing utilizadas en su empresa sirven para incrementar el nivel de ventas de su producto?

¿Usted cree que las estrategias de marketing utilizadas en su empresa sirven para incrementar el nivel de ventas de su producto?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	37,5
	Totalmente de acuerdo	15	62,5	62,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 36.

¿Usted cree que las estrategias de marketing utilizadas en su empresa sirven para incrementar el nivel de ventas de su producto?

Interpretación:

El 62,5% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que las estrategias de marketing utilizadas en la empresa sirven para incrementar el nivel de ventas del producto, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.

¿Usted cree que las estrategias de marketing utilizadas en su empresa sirven para incrementar el nivel de ventas de su producto?



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 39.

¿Usted cree que la inversión en publicidad que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado sea el necesario?

¿Usted cree que la inversión en publicidad que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado, sea el necesario?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	25,0
	Parcialmente de acuerdo	9	37,5	37,5	62,5
	Totalmente de acuerdo	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

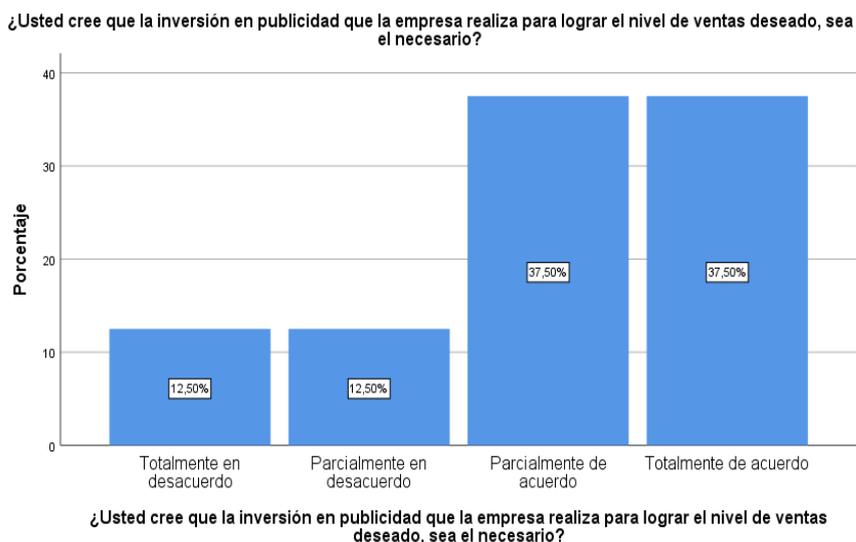
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 37.

¿Usted cree que la inversión en publicidad que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado sea el necesario?

Interpretación:

El 37,5% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la inversión en publicidad que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado es el necesario, mientras que el 12,5% está parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 40.

¿Usted cree que utilizar una alianza estratégica con algún distribuidor nacional, lograría incrementar sus ventas?

¿Usted cree que utilizar una alianza estratégica con algún distribuidor nacional, lograría incrementar sus ventas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	33,3
	Totalmente de acuerdo	16	66,7	66,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

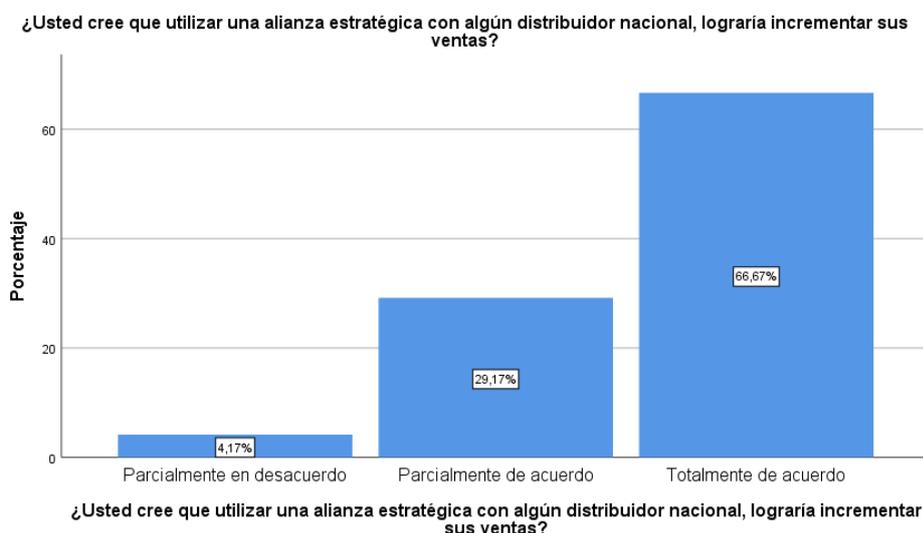
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 38.

¿Usted cree que utilizar una alianza estratégica con algún distribuidor nacional, lograría incrementar sus ventas?

Interpretación:

El 66,7% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que utilizar una alianza estratégica con algún distribuidor nacional, lograría incrementar las ventas, mientras que el 4,2% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 2: Volumen de ventas

Tabla 41.

¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa agroindustrial este creciendo en el transcurso de los años?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	33,3
	Totalmente de acuerdo	16	66,7	66,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

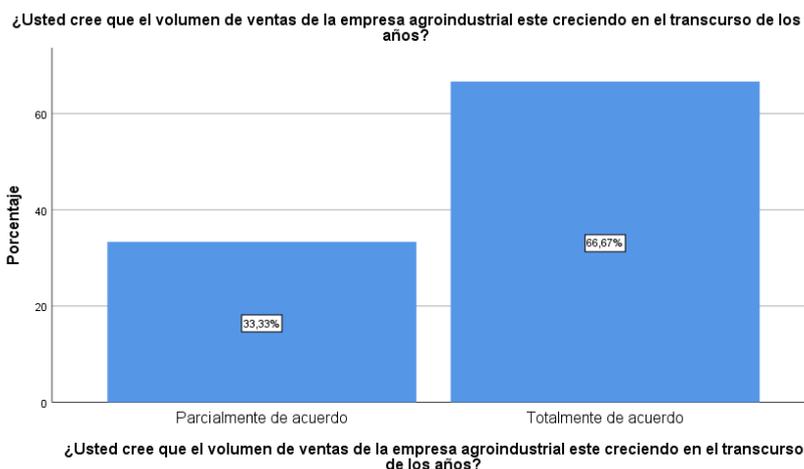
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 39.

¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa agroindustrial este creciendo en el transcurso de los años?

Interpretación:

El 66,7% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el volumen de ventas de la empresa agroindustrial está creciendo en el transcurso de los años.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 42.

¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa tenga un impacto positivo en la rentabilidad?

¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa tenga un impacto positivo en la rentabilidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	9	37,5	37,5	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

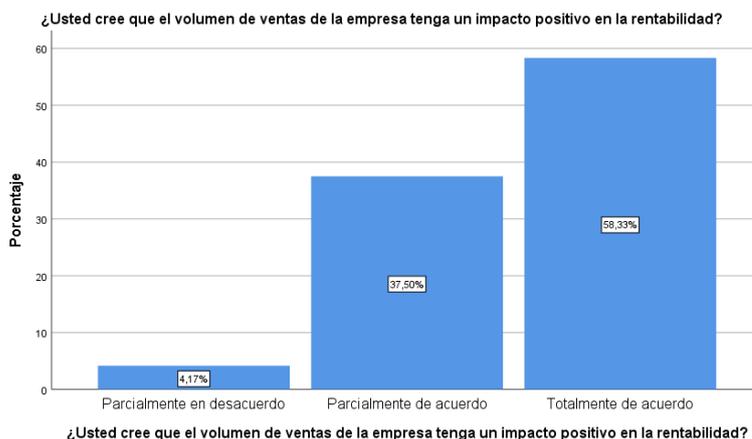
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 40.

¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa tenga un impacto positivo en la rentabilidad?

Interpretación:

El 58,3% y el 37,5% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el volumen de ventas de la empresa si tiene un impacto positivo en la rentabilidad, mientras que el 4,2% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 43.

¿Usted cree que el volumen de venta de este año es mayor a lo esperado?

¿Usted cree que el volumen de venta de este año es mayor a lo esperado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	25,0	25,0	25,0
	Parcialmente en desacuerdo	5	20,8	20,8	45,8
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	75,0
	Totalmente de acuerdo	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

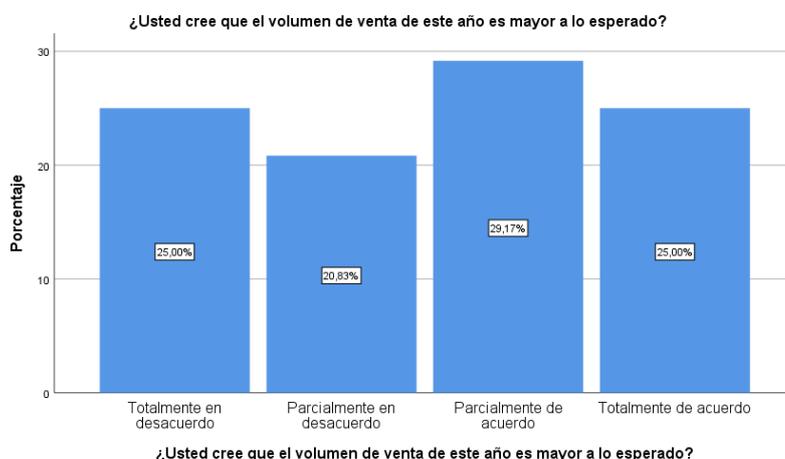
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 41.

¿Usted cree que el volumen de venta de este año es mayor a lo esperado?

Interpretación:

El 25% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el volumen de venta de este año es mayor a lo esperado, mientras que el 25% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 3: Cantidad de ventas de la papa producida

Tabla 44.

¿Usted cree que la papa importada se esté vendiendo más que la nacional?

¿Usted cree que la papa importada se esté vendiendo más que la nacional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	29,2	29,2	29,2
	Parcialmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	45,8
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	79,2
	Totalmente de acuerdo	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

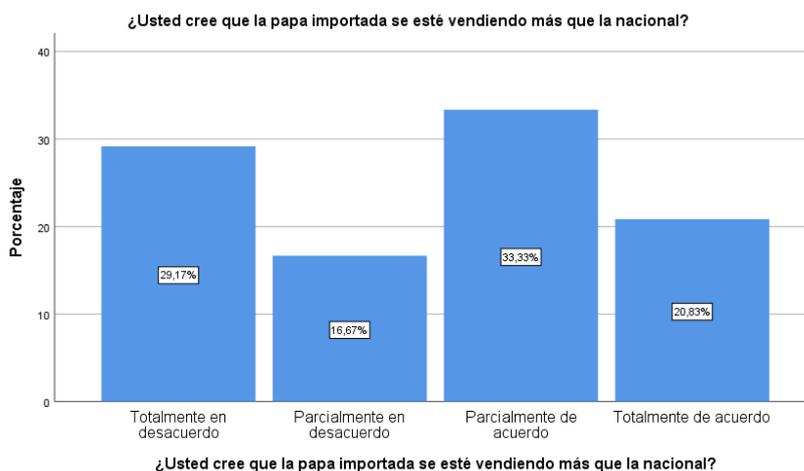
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 42.

¿Usted cree que la papa importada se esté vendiendo más que la nacional?

Interpretación:

El 20,8% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la papa importada se está vendiendo más que la nacional, mientras que el 29,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 45.

¿Usted cree que contar con un almacén propio, ayude a minimizar gastos?

¿Usted cree que contar con un almacén propio, ayude a minimizar gastos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	9	37,5	37,5	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

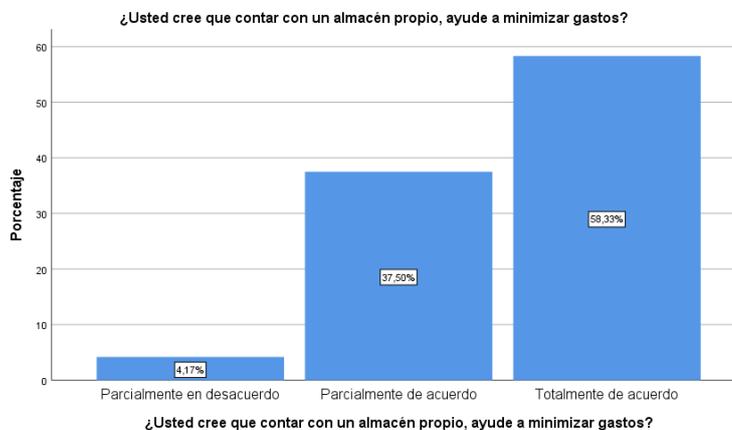
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 43.

¿Usted cree que contar con un almacén propio, ayude a minimizar gastos?

Interpretación:

El 58,3% y el 37,5% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que contar con un almacén propio ayudaría a minimizar gastos, mientras que el 4,2% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 46.

¿Usted cree que la cantidad de papa producida podría verse afectada si ocurriera algún tipo de cambio climático y/o estacionario de forma brusca?

¿Usted cree que la cantidad de papa producida podría verse afectada si ocurriera algún tipo de cambio climático y/o estacionario de forma brusca?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	25,0
	Parcialmente de acuerdo	6	25,0	25,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

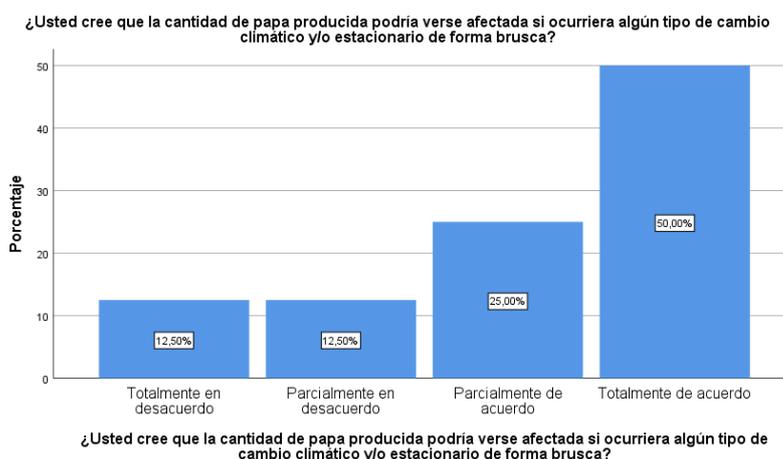
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 44.

¿Usted cree que la cantidad de papa producida podría verse afectada si ocurriera algún tipo de cambio climático y/o estacionario de forma brusca?

Interpretación:

El 50% y el 25% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la cantidad de papa producida podría verse afectada si ocurriera algún tipo de cambio climático y/o estacionario de forma brusca, mientras que el 12,5% está parcialmente y totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Dimensión 2: Costos
Indicador 1: Costo total

Tabla 47.

¿Usted considera que se realiza un análisis costo/beneficio en su empresa?

¿Usted considera que se realiza un análisis costo/beneficio en su empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	10	41,7	41,7	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

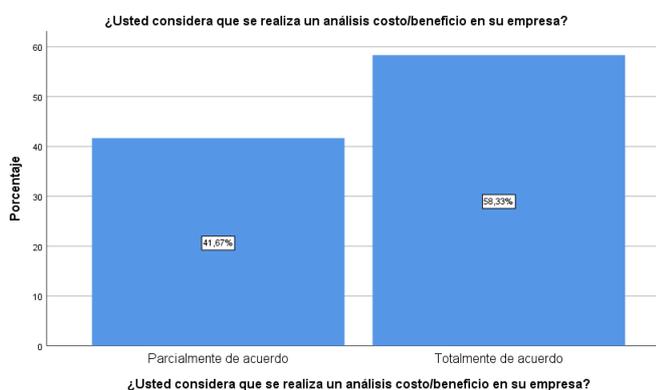
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 45.

¿Usted considera que se realiza un análisis costo/beneficio en su empresa?

Interpretación:

El 58,3% y el 41,7% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que si se realiza un análisis costo/beneficio en la empresa.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 48.

¿Usted cree que los principales costos que la empresa agroindustrial mantiene, sean solo los necesarios?

¿Usted cree que los principales costos que la empresa agroindustrial mantiene, sean solo los necesarios?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente de acuerdo	14	58,3	58,3	70,8
	Totalmente de acuerdo	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

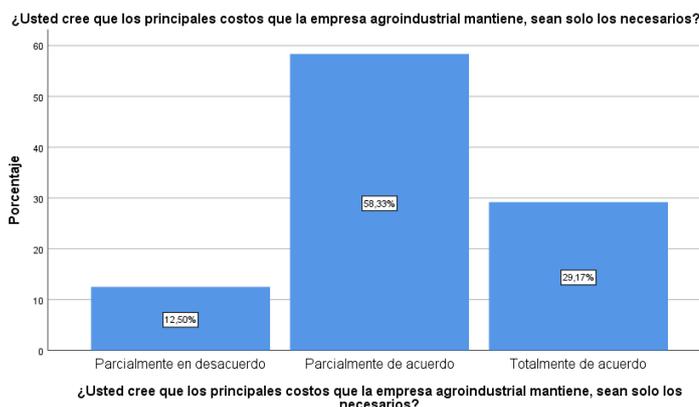
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 46.

¿Usted cree que los principales costos que la empresa agroindustrial mantiene sean solo los necesarios?

Interpretación:

El 29,2% y el 58,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que los principales costos que la empresa agroindustrial mantiene son solo los necesarios, mientras que el 12,5% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 49.

De acuerdo a su experiencia, ¿Usted cree que se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados?

De acuerdo a su experiencia, ¿Usted cree que se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	20,8
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	54,2
	Totalmente de acuerdo	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

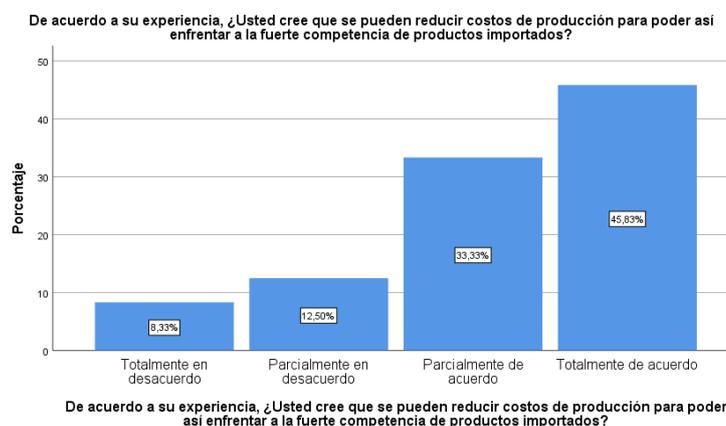
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 47.

De acuerdo a su experiencia, ¿Usted cree que se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados?

Interpretación:

El 45,8% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 2: Producción

Tabla 50.

¿Usted cree que la empresa tenga un nivel óptimo de producción para obtener rentabilidad?

¿Usted cree que la empresa tenga un nivel óptimo de producción para obtener rentabilidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente de acuerdo	10	41,7	41,7	50,0
	Totalmente de acuerdo	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

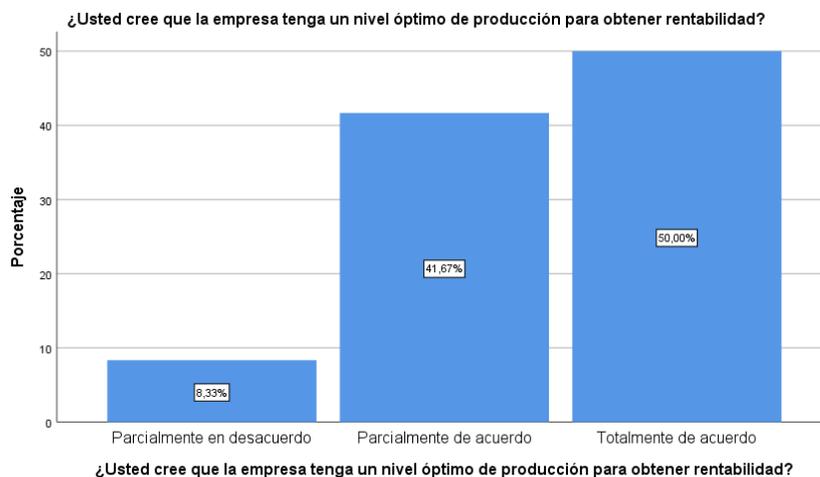
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 48.

¿Usted cree que la empresa tenga un nivel óptimo de producción para obtener rentabilidad?

Interpretación:

El 50% y el 41,7% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la empresa si tiene un nivel óptimo de producción para obtener rentabilidad, mientras que el 8,3% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 51.

Según su experiencia, ¿Usted cree que la empresa vende cantidades grandes para reducir los costos de producción?

Según su experiencia, ¿Usted cree que la empresa vende cantidades grandes para reducir los costos de producción?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	25,0
	Parcialmente de acuerdo	9	37,5	37,5	62,5
	Totalmente de acuerdo	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

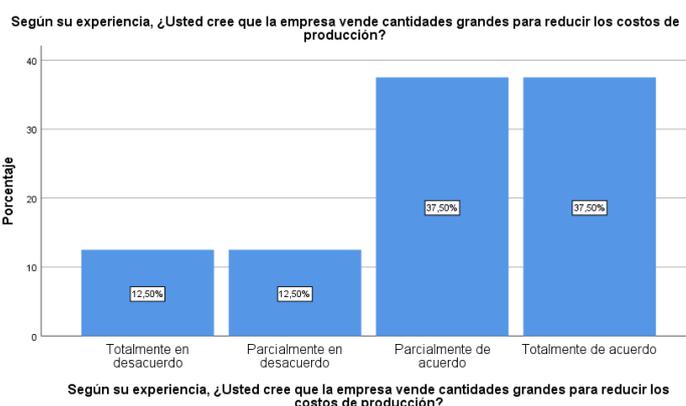
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 49.

Según su experiencia, ¿Usted cree que la empresa vende cantidades grandes para reducir los costos de producción?

Interpretación:

El 37,5% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo, que la empresa si vende cantidades grandes para reducir los costos de producción, mientras que el 12,5% está parcialmente y totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 52.

¿Usted cree que la producción de papa podría verse afectada con el incremento de costo de otros productos básicos como el arroz importado?

¿Usted cree que la producción de papa podría verse afectada con el incremento de costo de otros productos básicos como el arroz importado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente en desacuerdo	6	25,0	25,0	33,3
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	66,7
	Totalmente de acuerdo	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

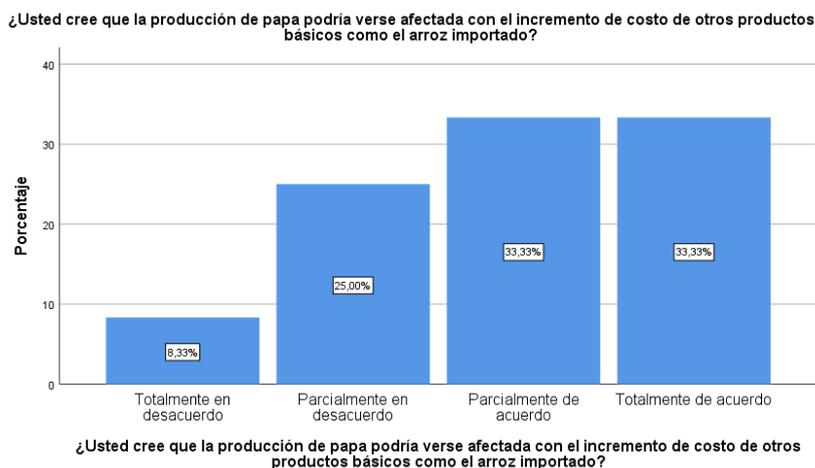
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 50.

¿Usted cree que la producción de papa podría verse afectada con el incremento de costo de otros productos básicos como el arroz importado?

Interpretación:

El 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo, que la producción de papa si podría verse afectada con el incremento de costo de otros productos básicos como el arroz importado, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 3: Costo por proceso

Tabla 53.

¿Usted cree que la calidad de los insumos influye en los costos del proceso de producción de la papa?

¿Usted cree que la calidad de los insumos influye en los costos del proceso de producción de la papa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	8,3
	Parcialmente de acuerdo	6	25,0	25,0	33,3
	Totalmente de acuerdo	16	66,7	66,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

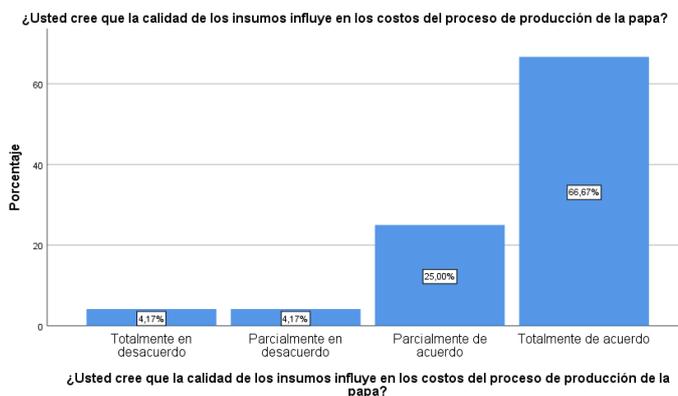
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 51.

¿Usted cree que la calidad de los insumos influye en los costos del proceso de producción de la papa?

Interpretación:

El 66,7% y el 25% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la calidad de los insumos si influye en los costos del proceso de producción de la papa, mientras que el 4,2% está parcialmente y totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Tabla 54.

¿Usted cree que la tecnología que se emplea en el proceso influye en los costos de producción de la papa?

¿Usted cree que la tecnología que se emplea en el proceso influye en los costos de producción de la papa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	10	41,7	41,7	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

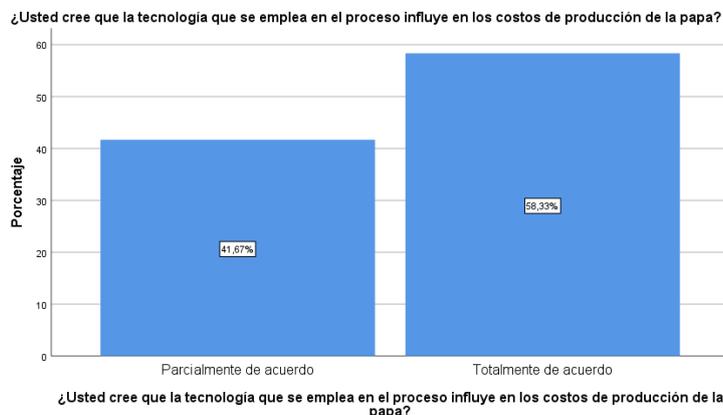
Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 52.

¿Usted cree que la tecnología que se emplea en el proceso influye en los costos de producción de la papa?

Interpretación:

El 58,3% y el 41,7% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la tecnología que se emplea en el proceso si influye en los costos de producción de la papa.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 55.

¿Usted cree que el tiempo empleado en el proceso de producción influye en el costo para ofrecer una papa de buena calidad?

¿Usted cree que el tiempo empleado en el proceso de producción influye en el costo para ofrecer una papa de buena calidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	37,5
	Totalmente de acuerdo	15	62,5	62,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

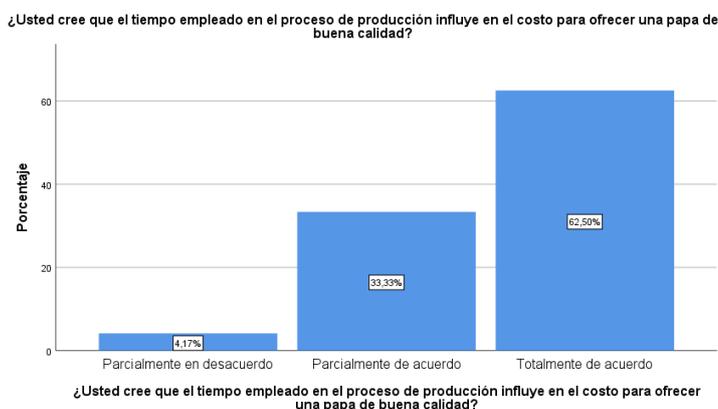
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 53.

¿Usted cree que el tiempo empleado en el proceso de producción influye en el costo para ofrecer una papa de buena calidad?

Interpretación:

El 62,5% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el tiempo empleado en el proceso de producción si influye en el costo para ofrecer una papa de buena calidad, mientras que el 4,2% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Dimensión 3: Precio de venta

Indicador 1: Precio minorista

Tabla 56.

¿Usted cree que, si la producción total se vendiera a precio minorista, se obtendría mayores ganancias?

¿Usted cree que, si la producción total se vendiera a precio minorista, se obtendría mayores ganancias?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	33,3	33,3	33,3
	Parcialmente en desacuerdo	3	12,5	12,5	45,8
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	75,0
	Totalmente de acuerdo	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

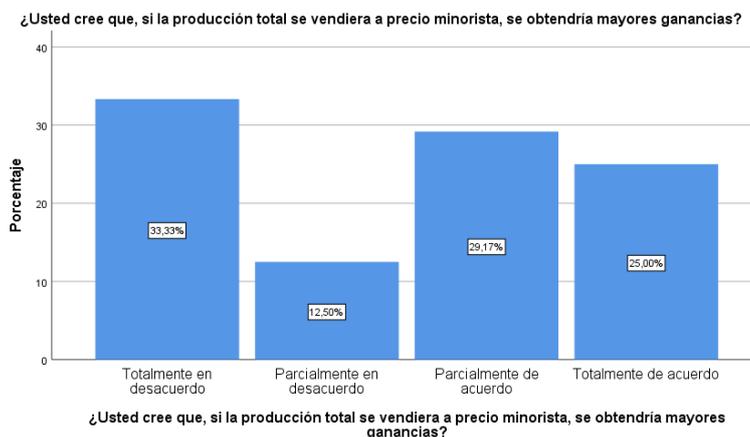
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 54.

¿Usted cree que, si la producción total se vendiera a precio minorista, se obtendría mayores ganancias?

Interpretación:

El 25% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que, si la producción total se vendiera a precio minorista, se obtendría mayores ganancias, mientras que el 33,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 57.

¿Usted cree que vender a precio minorista cubriría los costos totales?

¿Usted cree que vender a precio minorista cubriría los costos totales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	20,8	20,8	20,8
	Parcialmente en desacuerdo	7	29,2	29,2	50,0
	Parcialmente de acuerdo	5	20,8	20,8	70,8
	Totalmente de acuerdo	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

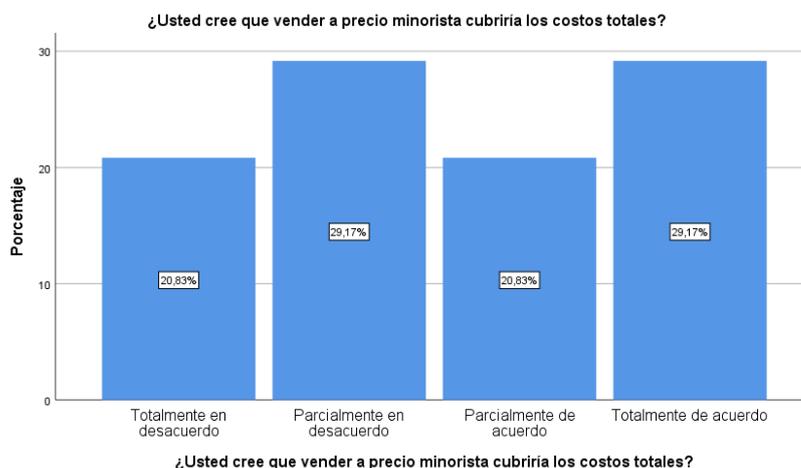
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 55.

¿Usted cree que vender a precio minorista cubriría los costos totales?

Interpretación:

El 29,2% y el 20,8% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que vender a precio minorista cubriría los costos totales, mientras que el 20,8% y el 29,2% está totalmente en desacuerdo y parcialmente en desacuerdo respectivamente, con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 58.

¿Usted cree que el precio minorista tiene una buena aceptación en el mercado?

¿Usted cree que el precio minorista tiene una buena aceptación en el mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	16,7
	Parcialmente en desacuerdo	8	33,3	33,3	50,0
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	79,2
	Totalmente de acuerdo	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

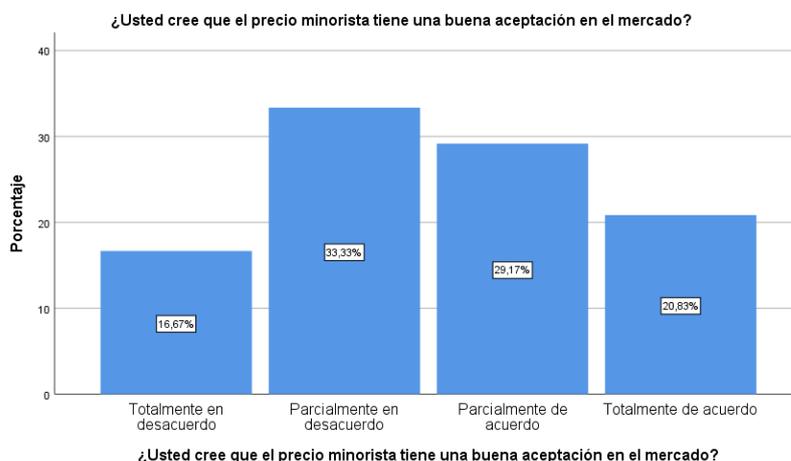
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 56.

¿Usted cree que el precio minorista tiene una buena aceptación en el mercado?

Interpretación:

El 20,8% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el precio minorista tiene una buena aceptación en el mercado nacional, mientras que el 16,7% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Indicador 2: Precio mayorista

Tabla 59.

¿Usted cree que exista diferencia entre el precio minorista y mayorista?

¿Usted cree que exista diferencia entre el precio minorista y mayorista?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	8,3
	Parcialmente de acuerdo	5	20,8	20,8	29,2
	Totalmente de acuerdo	17	70,8	70,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

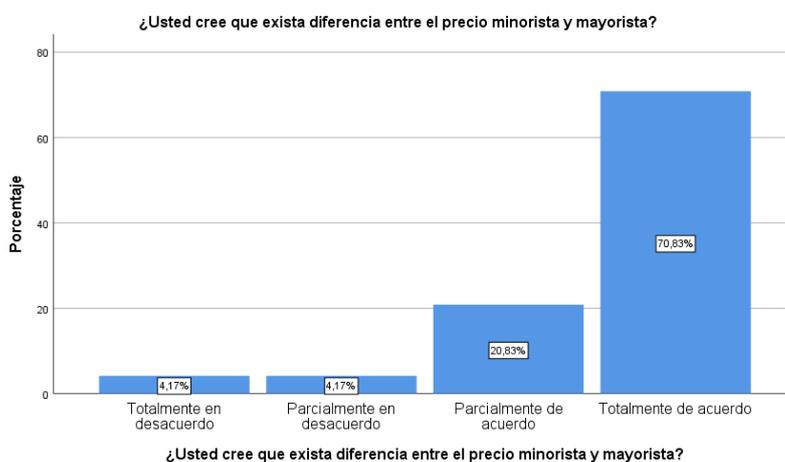
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 57.

¿Usted cree que exista diferencia entre el precio minorista y mayorista?

Interpretación:

El 70,8% y el 20,8% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que existe diferencia entre el precio minorista y mayorista, mientras que el 4,2% está parcialmente y totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 60.

¿Usted cree que la producción total de papas, deba venderse a precio mayorista?

¿Usted cree que la producción total de papas, deba venderse a precio mayorista?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Parcialmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	25,0
	Parcialmente de acuerdo	8	33,3	33,3	58,3
	Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

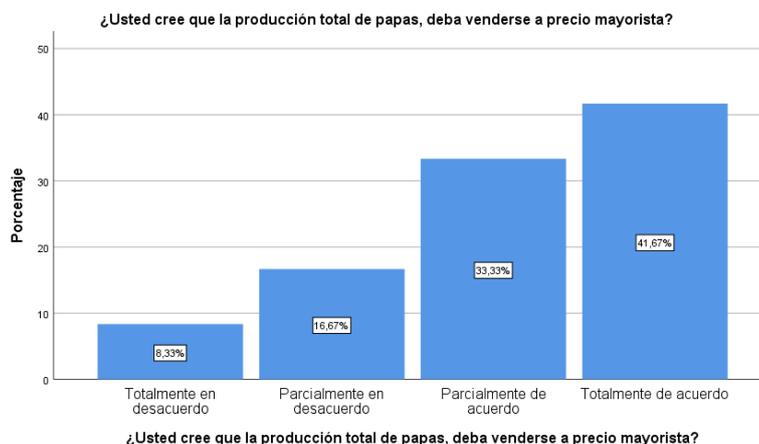
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 58.

¿Usted cree que la producción total de papas deba venderse a precio mayorista?

Interpretación:

El 41,7% y el 33,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la producción total de papas, debe venderse a precio mayorista, mientras que el 8,3% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 61.

¿Usted cree que el precio mayorista de la papa genera un gran margen de rentabilidad a la empresa?

¿Usted cree que el precio mayorista de la papa genera un gran margen de rentabilidad a la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	16,7	16,7	16,7
	Parcialmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	25,0
	Parcialmente de acuerdo	7	29,2	29,2	54,2
	Totalmente de acuerdo	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

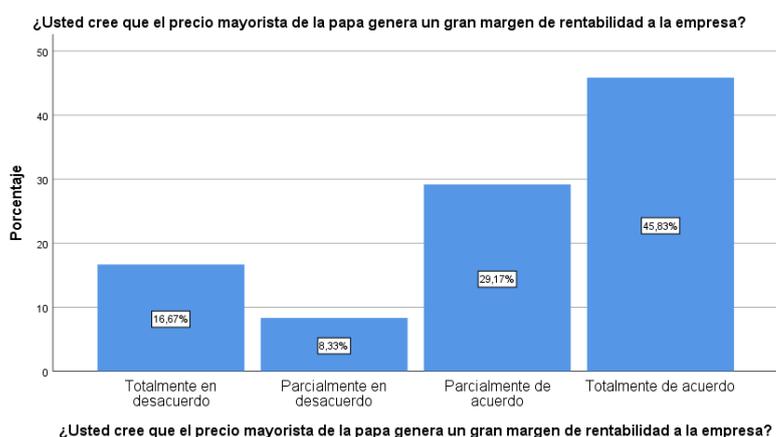
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 59.

¿Usted cree que el precio mayorista de la papa genera un gran margen de rentabilidad a la empresa?

Interpretación:

El 45,8% y el 29,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que el precio mayorista de la papa genera un gran margen de rentabilidad a la empresa, mientras que el 16,7% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Indicador 3: Mercados cautivos

Tabla 62.

¿Usted cuenta con mercados ya establecidos para la comercialización de papa?

¿Usted cuenta con mercados ya establecidos para la comercialización de papa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	13	54,2	54,2	58,3
	Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

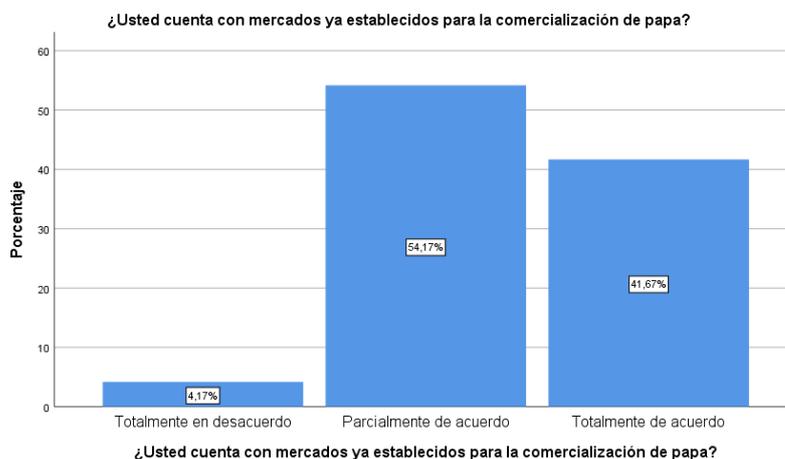
Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

Figura 60.

¿Usted cuenta con mercados ya establecidos para la comercialización de papa?

Interpretación:

El 54,2% y el 41,7% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la empresa cuenta con mercados ya establecidos para la comercialización de papa, mientras que el 4,2% está totalmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 63.

¿Usted tiene la seguridad de que su producción de papa es de buena calidad?

¿Usted tiene la seguridad de que su producción de papa es de buena calidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Parcialmente de acuerdo	1	4,2	4,2	8,3
	Totalmente de acuerdo	22	91,7	91,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

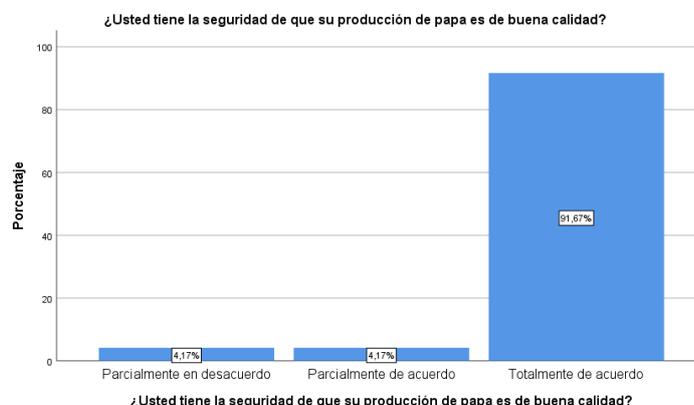
Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 61.

¿Usted tiene la seguridad de que su producción de papa es de buena calidad?

Interpretación:

El 91,7% y el 4,2% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que la empresa tiene la seguridad de que su producción de papa es de buena calidad, mientras que el 4,2% está parcialmente en desacuerdo con lo antes mencionado.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Tabla 64.

¿Usted cree que sus clientes lo reconocen por la calidad de su papa producida?

¿Usted cree que sus clientes lo reconocen por la calidad de su papa producida?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente de acuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Totalmente de acuerdo	22	91,7	91,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 62.

¿Usted cree que sus clientes lo reconocen por la calidad de su papa producida?

Interpretación:

El 91,7% y el 8,3% están totalmente de acuerdo y parcialmente de acuerdo respectivamente, que los clientes reconocen la empresa por la calidad de la papa producida.



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Asimismo, se realizó la Correlación de Pearson, para comprobar la relación entre variables, dado que la investigación es de tipo bivariada:

Tabla 65.

Correlaciones

Correlaciones			
		IMPO_PAPA	COMERCIALIZACION
IMPO_PAPA	Correlación de Pearson	1	0,436*
	Sig. (bilateral)		0,033
	N	24	24
COMERCIALIZACION	Correlación de Pearson	0,436*	1
	Sig. (bilateral)	0,033	
	N	24	24

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Al tener un Nivel de Significancia menor a 0.05, se concluye que las variables tienen relación, es decir que se aprueba la Hipótesis General con la presente prueba, entonces, a mayor Importación, mayor Comercialización de Papa en Arequipa – Valle de Majes, **rechazando la hipótesis nula, y aceptando la relación de la muestra bivariada.**

4.1.4. Análisis descriptivo de las variables

Este análisis se hará con las Medidas de Tendencia Central y las de dispersión para variables y dimensiones:

El detalle es el siguiente:

- Media, es el promedio del conjunto de datos
- Mediana, es el valor central del conjunto de datos
- Moda, es el valor que más se repite
- D. Estándar, es la separación del conjunto de datos

Tabla 66.
Estadísticos

Estadísticos									
		IMPO_PAP A	COMERCIAL IZACION	DISMINUCI ON_PRECIO S	SOBRE_STO CK	CAPITAL_H UMANO	VENTA S	COSTO S	PRECIO_ DE_VEN TA
N	Válido	24	24	24	24	24	24	24	24
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Media	88,5417	87,4167	30,9583	28,6667	28,9167	29,0417	29,9583	28,4167
	Mediana	91,0000	85,0000	31,5000	28,0000	29,5000	30,0000	29,0000	27,5000
	Moda	93,00	84,00	33,00	28,00	32,00	30,00	27,00	27,00
	Desv. Desviación	10,55412	6,83289	3,62934	3,57122	4,81769	3,49508	3,60530	2,97696

Fuente: Elaboración propia y SPSS²⁵

4.1.5. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

Se tienen las hipótesis estadísticas planteadas, las cuales se van a aceptar o rechazar a partir del estudio que realicemos, cabe mencionar que aquí influyen factores como la cantidad de preguntas del instrumento de investigación y el tamaño de la muestra, así como las respuestas de esta con respecto al instrumento de campo.

4.1.4.1. HE1: Existe relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

- H1: Si existe relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Ho: No existe relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

4.1.4.2. HE2: Existe relación entre el sobre stock de papa y los costos de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

- H1: Si existe relación entre el sobre stock de papa y los costos de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Ho: No existe relación entre el sobre stock de papa y los costos de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

4.1.4.3. HE3: Existe relación entre el capital humano y los precios de venta de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

- H1: Si existe relación entre el capital humano y los precios de venta de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Ho: No existe relación entre el capital humano y los precios de venta de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

4.1.4.4. HG: Existe relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

- H1: Si existe relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.
- Ho: No existe relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

La verificación se hará con los Diagramas de dispersión, que muestra la nube de puntos, y la recta; en este estudio estadístico, se miden tres pilares:

Forma: Los separación o unión de los puntos entre las variables

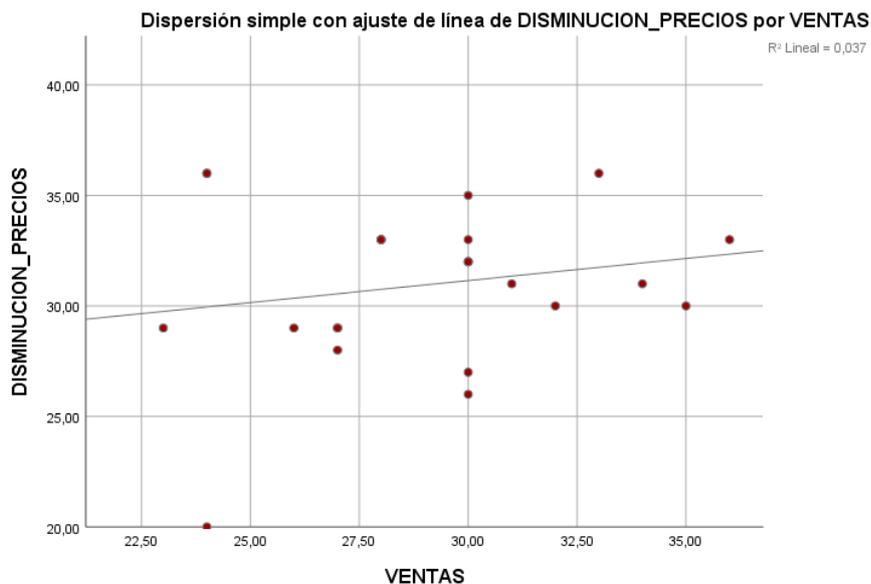
Dirección: A dónde se dirige la recta

Fuerza: La cantidad de los puntos más cercanos a la recta

Figura 63.

Dispersión simple con ajuste de línea de Disminución Precios por Ventas

Hipótesis Específica 1:
Existe relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores de papa en Arequipa - Valle de Majes en el año 2020.

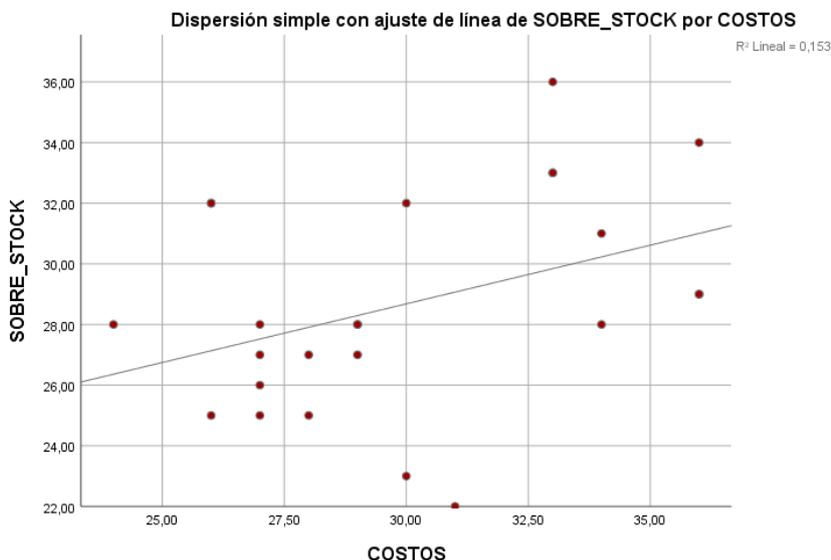


Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 64.

Dispersión simple con ajuste de Sobre Stock por Costos

Hipótesis Específica 2: Existe relación entre el sobre stock de papa y los costos de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

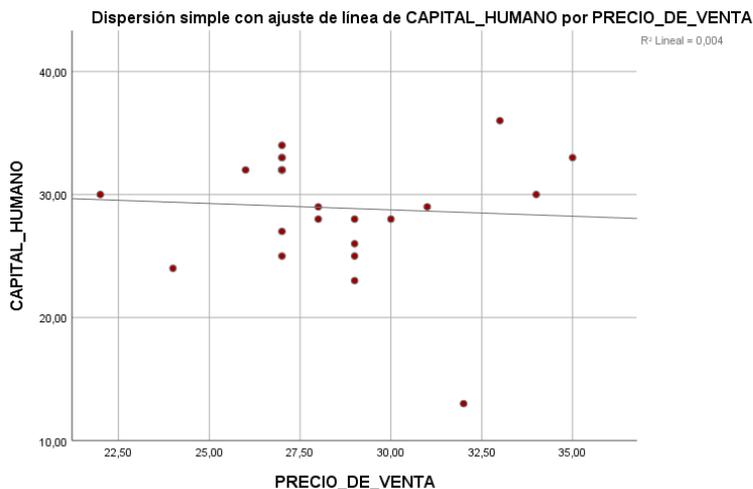


Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Figura 65.

Dispersión simple con ajuste de línea de Capital Humano por Precio De Venta

Hipótesis Específica 3: Existe relación entre el capital humano y los precios de venta de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

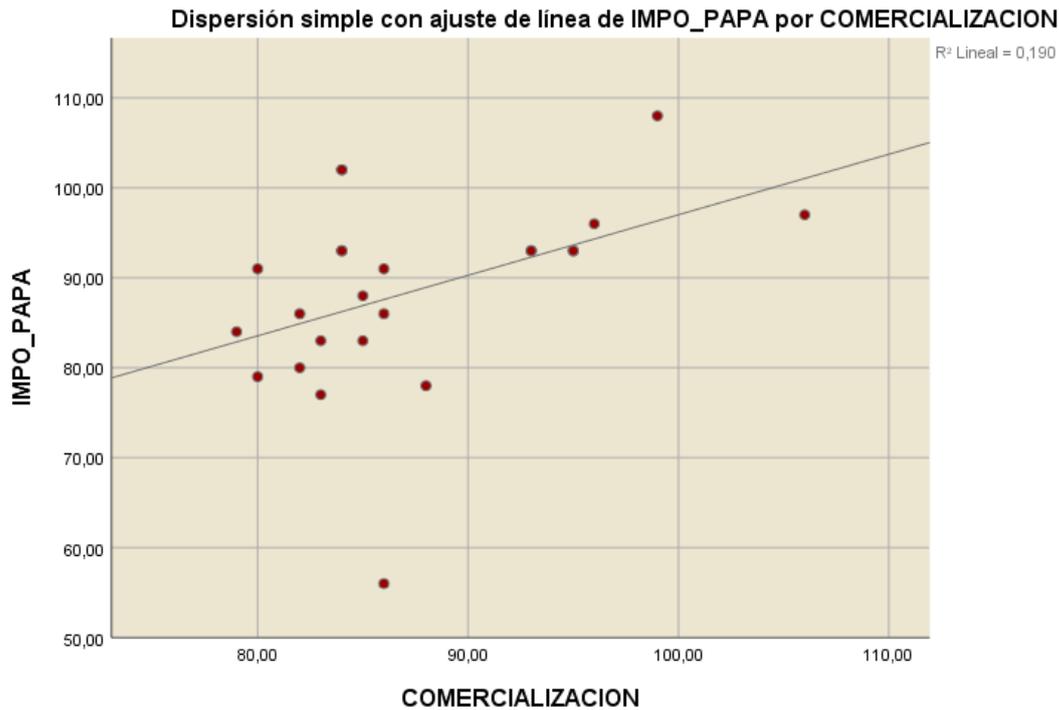


Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

Hipótesis General: Existe relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

Figura 66.

Dispersión simple con ajuste de línea de Impo Papa por Comercialización



Fuente: Elaboración propia y SPSS₂₅

*Los gráficos de dispersión representan la recta para la derecha y en subida, a excepción de la hipótesis específica 3, fuera de esta última, que es negativa, las demás son positivas, y todas tienen la mayoría de puntos cercanos a la recta, por lo que existe una relación entre variables, aunque no es muy fuerte, pues el R2 lineal es muy lejano a 1 en todas las hipótesis, y aunque se rechaza la Ho, es decir la negación de la hipótesis del investigador, si hay relación, pero esta, no es fuerte, por último, se menciona que todas las hipótesis tienen una relación positiva, menos la HE3.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

A continuación, se presentan la discusión de resultados para estudiar La influencia de la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes, asimismo, el trabajo de investigación tiene una muestra total de 24 agricultores que residan en Arequipa – Valle de Majes y se encuentren dentro del rubro de la comercialización del tubérculo. El objetivo de la discusión de resultados es explicar las hipótesis específicas planteadas en el trabajo de investigación.

5.1.1. Subtitulo derivado de la hipótesis específica 1

Existe relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

Antecedentes

El Autor (Trujillo Saavedra, 2017) comenta sobre factores determinantes de la producción de papa en el Perú; (...) se implementaron medidas de política económica y social heterogéneas lo que trajo como consecuencia que nuestro país no pueda salir del círculo vicioso de la pobreza, se realiza una descripción de las variables, el análisis de los datos utilizados y los determinantes del rendimiento explicados, el análisis de la producción de papa a nivel nacional y global, el área cosechada y la productividad en los años especificados. Asimismo, el autor (Marin Paulino, 2018) comenta que existe un plan de negocios que evalúa la posibilidad de exportar hojuelas fritas a base de papas nativas orgánica hacia los Ángeles, California en Estados Unidos. La importancia de promover este producto andino nace de la demanda insatisfecha del mercado objetivo para luego posicionarlo y en un largo plazo se pueda diversificar dando a conocer los beneficios de los productos hechos a base de papas nativas, tubérculo andino con excelentes propiedades antioxidantes y potencial nutricional.

Resultados

El instrumento de las encuestas muestra que el 45.8% de los encuestados mencionan que están totalmente de acuerdo en lograr cumplir con los objetivos de venta al fijar un el precio específico; asimismo el 54.2% también aseguran estar totalmente de acuerdo que los precios establecidos son competitivos a la competencia; además el precio de tubérculo importado influye en la fijación del precio a nivel nacional. Asimismo, el instrumento demuestra que el 62.5% de los productores encuestados mencionan que están de acuerdo en tener la información necesaria para definir los mercados objetivos de las empresas del sector agroindustrial; también el 50% menciona que están de acuerdo en poder determinar los precios de venta de la papa en el sector agroindustrial; asimismo el 70.8% menciona que está totalmente de acuerdo con que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el ser humano.

Igualmente, las encuestas realizadas nos muestran que el 91.7% de los encuestados mencionan que están totalmente de acuerdo que los clientes quedan satisfechos con la calidad de papa producida en Arequipa – Valle de Majes; además que la calidad de la papa producida en la región menciona es mejor que la importada; y mencionan que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes cumple con los estándares de calidad a diferencia del producto importado mencionado

Bases teóricas

La (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 1997) comenta que la producción de papa se ha incrementado en forma considerable en algunos países de América Latina durante las últimas décadas y su comercio en la región es cada vez más importante. La utilización de la papa se ha volcado crecientemente hacia los productos procesados, ya que el consumo aumenta constantemente por el cambio de hábitos alimentarios, por los diferentes cambios que da la población y los tipos de productos, formas de comercialización, mayor consumo alimentario fuera del hogar, también la preferencia por alimentos más convenientes en cuanto a su preparación y almacenaje. El aumento del comercio de la papa es también evidente en el resto de las regiones del mundo. En los mercados mundiales predomina como oferente de los países desarrollados, aunque la producción total en ellos viene disminuyendo. También el diario de

(La República, 2019) informo que Jesús Cornejo, presidente de la Junta de Usuarios del Valle de Tambo, está convencido de que el precio está en picada por la importación. "El Gobierno nos está asfixiando permitiendo esto", criticó. Deben vender cada kilo de papa a no menos de 0.60 céntimos para recuperar lo invertido. Pero en este momento su costo en la chacra está en menos de 30. "Así se está perdiendo el 50% de lo que se invierte. Para el presidente de la Junta de Usuarios de la Pampa de Majes, Nelson Martínez, esto es una competencia desleal. Sostuvo que la principal compradora de papa precocida es Alicorp.

Resultados

Las encuestas dieron como resultado que el 62,5% están totalmente de acuerdo, que las estrategias de marketing utilizadas en la empresa sirven para incrementar el nivel de ventas del producto, y que la inversión en publicidad que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado es el necesario; además utilizar una alianza estratégica con algún distribuidor nacional, lograría incrementar las ventas. De igual manera el instrumento aplicado indica que el 66,7% están totalmente de acuerdo, que el volumen de ventas de la empresa agroindustrial está creciendo en el transcurso de los años; también mencionan que el volumen de ventas de la empresa si tiene un impacto positivo en la rentabilidad; de igual manera las ventas de este año son mayor a lo esperado. Asimismo, los resultados nos demuestran que de los productores el 33,3% señalan que están de acuerdo, que la papa importada se está vendiendo más que la nacional; además contar con un almacén propio ayudaría a minimizar gastos; además, encuestados indican que están totalmente de acuerdo, que la cantidad de papa producida podría verse afectada si ocurriera algún tipo de cambio climático y/o estacionario de forma brusca.

Constatación de resultados

Los autores mencionados con anterioridad indicaron que la producción de la papa ha aumentado en distintos países y regiones de la misma forma la comercialización; asimismo, los resultados concuerdan con los análisis de los autores, ya que efectivamente el precio de la papa importada por los competidores influye en la fijación de precio a nivel nacional la cual los autores mencionan que es una competencia desleal, ya que el precio de este tubérculo para que sea competitivo necesita ser igual o menor al precio importado del producto, a pesar de que existe este problema no solo con la papa sino con otros productos en el sector agroindustrial que son importados el precio que mencionan los productores sigue siendo competitivo ante los

competidores; con lo cual los entrevistados señalan que las ventas hasta el momento son mayores a las del año pasado; además los encuestados hacen mención que es muy importante tener una estrategias de marketing, ya que estas sirven y ayudan a incrementar las ventas del tubérculo, con lo mencionado se puede afirmar que si existe una relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores

5.1.2. Subtitulo derivado de la hipótesis específica 2

Existe relación entre el sobre stock de papa y los costos de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

Antecedentes

El autor (Huaytalla Tineo, 2016) comenta que se concluyó que el principal factor para sustituir los cultivos de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable en la Cooperativa Virgen del Carmen es la demanda internacional; el segundo factor es que se posea una oferta exportable sólida. Asimismo, para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa por quinua, debe de existir mayor rentabilidad, haber pactado con un comprador un precio y cantidad para una campaña de siembra. También, debe de existir apoyo por parte del Estado en capacitación técnica y comercial para los agricultores. Además, la autora (Medina Raya, 2018) resalta la importancia de la siembra de papa en Perú para la población y la economía del país, además de representar la cultura tradicional más importante y formar base de la dieta de las personas en la economía familiar en comunidades rurales. La encuesta fue analizada a partir de la identificación de agentes que participaron en la comercialización de papa, ganancias de comercialización, costos y el precio es el mismo que el indicado en el objetivo de investigación. Se analizan la cadena de comercialización de la papa, los costos de agencia, los precios, las ganancias, los canales de comercialización y las aplicaciones tecnológicas en el proceso de comercialización.

Resultados

Los resultados muestran que el 45,8% de los encuestados están de acuerdo, que la cantidad de papa producida anualmente es suficiente; y se puede atender todos los pedidos con la cantidad de papa producida; además indican que el stock de papa que le queda a fin de año pueda servir

para la venta del año siguiente, por otro lado, el instrumento indica que el 58,3% están de acuerdo, que la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes sea proporcional al consumo anual; asimismo el 50% de los productores están totalmente de acuerdo, que este año ha aumentado el índice de papa consumida en el Perú; y que el consumo de papa producida nacionalmente se vio afectada por la importación de papa del extranjero. Asimismo, el instrumento demuestra que el 58,3% de los productores están totalmente de acuerdo, que la merma es significativa en la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes, además el 29,2% indican que están de acuerdo con que existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por querer mantener papa almacenada, para ventas imprevistas; también los productores mencionan que el 41,7% están totalmente de acuerdo con que los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el sobre almacenamiento de este tubérculo.

Bases teóricas

Según el autor (Centro de noticias Prensa-Congreso, 2018) el problema principal de la papa en el Perú y otros países es la sobreproducción, ocasionando una baja de precios, muchas veces por debajo del costo de siembra y cosecha. La sobre producción es causada por diferentes factores, tales como la oferta y la demanda, el clima, entre otras, los cuales son imposibles de controlar o planificar, es por ello que se aborda este tema. Por otro lado, el autor de (La República, 2019) afirma que el Perú, aunque es el país de donde es originario la papa, importa este producto hace varios años. Empresarios la compran preparada (pre-frita) principalmente de Holanda, Bélgica, Estados Unidos, Canadá, entre otros, sobre todo para las grandes cadenas de comida. Año a año se incrementan las toneladas que ingresan al país. Según información de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat), el 2015 se importó 27 mil toneladas 960 y el 2017 la cifra creció a casi 32 mil toneladas. Esto cuando el país aumentó su producción a 4,5 millones en el 2016, convirtiéndose en la primera productora de Latinoamérica y la decimocuarta a nivel mundial, según el Ministerio de Agricultura y Riego. "Es un absurdo importar papa", dijo el administrador de una reconocida pollería de la ciudad. Sin embargo, reconoció que cada vez más estos centros de comida rápida compran la papa preparada para abaratar costos, como la mano de obra, tiempo y el uso de agua. Su local adquiere entre 300 a 400 kilos del tubérculo listo para freír, para los comensales del día.

Resultados

El instrumento de las encuestas nos señala que el 58,3% de los entrevistados están totalmente de acuerdo con realizar un análisis costo/beneficio en la empresa; además mencionan que los principales costos que la empresa agroindustrial mantiene son los necesarios; al mismo tiempo el 45,8% están totalmente de acuerdo, que se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados. Asimismo; las encuestas indican que la empresa si tiene un nivel óptimo de producción para obtener rentabilidad; de igual forma el 37,5% están totalmente de acuerdo, que la empresa si vende cantidades grandes para reducir los costos de producción; también el 33,3% están totalmente de acuerdo, que la producción de papa si puede verse afectada con el incremento de costo de otros productos básicos como el arroz importado. Además, los resultados señalan que el 66,7% están totalmente de acuerdo, que la calidad de los insumos si influye en los costos del proceso de producción de la papa; igualmente los encuestados señalan que la tecnología que se emplea en el proceso si influye en los costos de producción de la papa; y que el tiempo empleado en el proceso de producción si influye en el costo para ofrecer una papa de buena calidad.

Constatación de resultados

El autor menciona que el problema principal de la papa en la mayoría de país que producen es la sobreproducción lo que en muchas ocasiones provoca una baja de precios o en ocasiones el precio no cubre el costo de siembra y cosecha, asimismo, añadimos que en los resultados mencionados con anterioridad los encuestados menciona que la cantidad de papa producida es suficiente para atender la demanda, además el stock a fin de año de la papa en muchas ocasiones se venden al próximo año, pero en el transcurso de este tiempo los encuestados mencionan que hay probabilidad que el producto se malogre estando almacenados, la cual ocasión mermas porque son productos que ya no se puede recuperar, además el autor menciona que el Perú siendo un país productor y originario de la papa ha estado importando este producto hace varios años la cual es comprada por cadenas de comida la cual en muchas ocasiones la prefieren por disminuir o abaratar costos, con el conocimiento de los productores sobre los precios del mercado de este producto ellos están totalmente de acuerdo que pueden reducir los costos para enfrentarse a los competidores de productos importados; asimismo, se está de acuerdo con lo que mencionan los autores mencionados en párrafos arriba que efectivamente si existe una relación entre los sobrecostos y los costos de los productores de la papa; para ellos

los encuestados están de acuerdo a disminuir estos para ser competitivos en el mercado y hacerle frente a los competidores.

5.1.3. Subtitulo derivado de la hipótesis específica 3

Existe relación entre el capital humano y el precio de venta de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

Antecedentes

El autor (Navarro Mendoza, 2018) ha tenido como objetivo determinar si el presupuesto influye en la gestión estratégica de las empresas agroindustriales de Ica en la actualidad. El sector agroexportador en el Perú, de los cuales son partícipes las empresas agroindustriales ubicadas en la región de Ica, necesitan para crecer y permanecer en el tiempo de una gestión estratégica que le permita gestionar el cambio y la innovación permanente, las cuales son características del entorno actual. Asimismo, el autor (Ramos Romero, 2018) comenta que el presente trabajo de investigación se concentra en determinar la relación que existe entre el financiamiento y la liquidez de las Micro y Pequeñas empresas agroexportadoras en la Región Lima Provincias 2015-2016, por lo que su metodología de investigación no experimental, cuenta con un diseño metodológico transaccional correlacional. El presente trabajo tuvo como estudio a ciento veinte empresarios de las MYPE de las diez Micro Empresas Agroexportadoras del Perú 2016, comprende contadores, abogados, economistas, jefes de finanzas entre hombres y mujeres, obteniendo resultados a través de encuestas. Se demostró la importancia del uso del factoring y su incidencia en las cuentas por cobrar. El empleo del leasing financiero en el programa de egresos de caja. Se determinó si para la adquisición de las garantías solicitadas por las instituciones financieras inciden en los fondos sujetos de restricción. También se precisó si el empleo del costo efectivo financiero incidía favorablemente en el control de gastos financieros de estas empresas.

Resultados

El instrumento de las encuestas señala que el 58,3% de los productores están totalmente de acuerdo, que contar con trabajadores con un grado superior de estudios, ayudaría a mejorar la calidad y la cantidad de la producción; asimismo indican que es importante la capacitación del

personal; y que es importante evaluar la calidad de los trabajadores. Igualmente, las encuestas nos muestran que el 66,7% están totalmente de acuerdo, y que es importante contar con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa; al mismo tiempo el 16,7% de los entrevistados están de acuerdo que es económicamente beneficioso contratar a otra empresa para que se encargue de plantar y cosechar la papa; también el 58,3% de los encuestados señalan que están totalmente de acuerdo con que para solucionar cualquier tipo de problema de carácter urgente con respecto a la producción, se necesita de especialistas. Asimismo, las encuestas realizadas demuestran que el 37,5% están totalmente, que se necesita mayor cantidad de mano de obra para la producción de papa; de igual manera que el trato de los trabajadores es igual para los agricultores como para los administrativos, y que los trabajadores necesitan de algún tipo de beneficio motivacional para seguir laborando de forma excelente en las empresas

Bases teóricas

El (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015) comenta que en proyecto se generaron alianzas con otras instituciones proveedoras de información para los estudios de mercado, tales como la Asociación Nacional de Productores Ecológicos (ANPE-PERU), la Cámara de Comercio de Cusco, PROMPEX (ahora PROMPERU) y el Ministerio de Agricultura a través del Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA). Luego de la capacitación a los productores sobre la conservación de la biodiversidad de papas nativas en sus propias chacras, los campesinos podrán aplicar la tecnología tradicional apropiada para los agroecosistemas frágiles o de alto riesgo, así como para ascender al mercado. El proyecto conducido por el CENFOPAR, ha obtenido ventajosos contratos que vincularon a la Asociación de Productores de Cultivos Nativos del Valle Sagrado de los Incas –Agro cultivos, que reúne a 40 socios productores de papa nativa, con algunas importantes empresas hoteleras locales. Bajo este enfoque, hacer negocios con la papa nativa se centra en una agricultura sostenible, se conoce como biocomercio. Conserva recursos genéticos con la restitución de algunas variedades que habían sido dadas como perdidas, protege los agroecosistemas, y rescata costumbres y tradiciones productivas locales. Por otro lado, el (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015) afirma que los costos de producción de la papa tienden a variar de acuerdo con el nivel tecnológico. Los insumos representan más del 50% de los costos totales, la semilla el rubro de mayor costo, cuando la semilla es de calidad. La rentabilidad de la papa depende mucho de los precios que se paga al productor, y las variaciones de los precios debido a sobreproducción u otros factores,

esto afectará directamente en la rentabilidad del producto. En el cuadro se puede notar que cuando los precios están bajos (S/. 0.35 x Kg.) la rentabilidad es negativa, si los precios están altos entonces si generará ganancias para el productor.

Resultados

Las encuestas señalan los encuestados están de acuerdo con que si la producción total se vendiera a precio minorista se obtendría mayores ganancias; asimismo el 29,2% están totalmente de acuerdo, que vender a precio minorista cubriría los costos totales; además el 29,2% están totalmente de acuerdo que el precio minorista tiene una buena aceptación en el mercado nacional; además los entrevistados están totalmente que existe diferencia entre el precio minorista y mayorista; al mismo tiempo el 41,7% están totalmente de acuerdo con que la producción total de papas, debe venderse a precio mayorista; y que el precio que se aplica a los mayorista de la papa genera un gran margen de rentabilidad a la empresa; asimismo, 54,2% señalan que están totalmente de acuerdo con que la empresa cuenta con mercados ya establecidos para la comercialización de papa; de la forma mencionan que su producción de papa es de buena calidad; además el 91,7% están totalmente de acuerdo con que los clientes reconocen la empresa por la calidad de la papa producida.

Constatación de resultados

Los autores mencionan que con anterioridad el marco de los proyectos genera alianzas con otras instituciones proveedoras, la cual podría ser muy útil ya que los encuestados mencionan que este tipo de información ayudaría tener mayor calidad y producción, asimismo, menciona que es relevante que los trabajadores reciban capacitaciones, y que importante contar con apoyo de algún experto o institución para el mantenimiento de los cultivos y de las tierras; asimismo los encuestados mencionan que necesitan mayor mano de obra para que los cultivos tengan un mayor cuidado en cuanto a la calidad; por otro lado el autor menciona que a menor precio la rentabilidad de las empresas serán negativas por lo cual los precios deberán ser altos para tener una mayor rentabilidad; sin embargo los encuestados mencionan que cuando la producción total se comercializa a precio minorista el producto tiene buena aceptación en el mercado nacional a pesar de que podría cubrir los costos pero no tener una mayor rentabilidad a diferencia que cuando se vende a precio mayoristas ya que genera una margen de rentabilidad. Concluyendo con lo mencionado se puede indicar que es muy importante que el personal tenga

capacitaciones para un mejor manejo de los cultivos; asimismo podemos confirmar que la variable del capital humano tiene relación con los precios que venden los productores

5.1.4. Subtitulo derivado de la hipótesis general

Existe relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.

Antecedentes

(Huaytalla Tineo, 2016), comenta en su tesis sobre la generación de oferta exportable mediante la sustitución de cultivos de papa hacia la producción de quinua. Se trabajaron las sustituciones de cultivos de papa hacia producción de quinua, de la mano con la Cooperativa Virgen del Carmen, localizada en Ayacucho. El mercado a exportar es Toronto (Canadá). Además, el autor (Navarro Mendoza, 2018) explica la importancia que resulta definir los planes empresariales como un proceso de planificación estratégica, para referirse a las condiciones previas requeridas para un sistema presupuestario eficiente. Asimismo, el autor (Ramos Romero, 2018) pretende determinar que el financiamiento otorgado por las instituciones financieras, influyen positivamente en la liquidez de las Micro y Pequeñas Empresas Agroexportadoras de la Región Lima Provincias. Asimismo, las instituciones financieras deben utilizar dicho financiamiento porque influye positivamente en la liquidez de las Micro y Pequeñas Empresas Agroexportadoras de la Región Lima Provincias por contar con liquidez inmediata, aspecto que le permite ser formal y competitiva en el mercado.

Resultados

Como se ha podido observar en los párrafos anteriores la variable de importación es muy importante, ya que los encuestados hacen mención que efectivamente el objetivo de la venta es fijar un precio específico, ya que los precios serán los que compitan con los competidores; asimismo mencionan que mayormente los precios fijamos a nivel nacional de los productores son influenciados por los productos que son importando; por otro lado los encuestados mencionan que la cantidad producida anualmente satisface la demanda del mercado, se puede afirmar que el consumo de papa en el Perú ha crecido simultáneamente ya que la mayoría de los consumidores los comen por tener mayores nutrientes para las personas; cabe mencionar

que a pesar que el consumo de la papa ha aumentado la producción nacional se ha visto afectada por la importación del tubérculo,; asimismo es importante que la mayoría de los productores menciona que para ser más competitivos en el mercado necesitan que el personal reciban capacitación para mejorar la calidad y producción de la papa.

Bases teóricas

La (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 1997) comenta que el mercado de la papa en América Latina es de algo más de 120 millones de dólares. El 60% de las compras regionales corresponde a productos procesados, tal como papa seca, harina, copos de papa, papa congelada, y otros. El 40% restante corresponde a papa fresca o refrigerada, tanto para semilla, pero principalmente para consumo. Los mercados más importantes son en este caso Brasil, México y, en menor grado, Uruguay. Por otro lado, el autor (Centro de noticias Prensa-Congreso, 2018) comenta que el problema de sobreproducción se encuentra también en otros países de la región como Colombia, Argentina, España, la India, Inglaterra y otros. Por lo que, la solución no se encontraría, en las acciones antes de a la siembra y cosecha, sino en las acciones luego a estas. A su turno, Miguel Quevedo, funcionario del Ministerio de Agricultura, habló sobre la dinámica del cultivo de la papa en el Perú, en los últimos 10 años principalmente en los procesos de producción y comercialización, así como la dinámica de las cadenas productivas, los manejos de cultivo, cosechas, procesamientos, transformación, comercialización y consumo.

Resultados

Como se ha mencionado en párrafos anteriores las estrategias de marketing se pueden utilizar para tener una mayor comercialización de la papa en el mercado, es necesario tener una previa inversión en publicidad para poder llegar al público objetivo, asimismo se puede señalar que las ventas del tubérculo están creciendo con el transcurso de los años y de igual manera las ventas de este año serán mayores a los años anteriores, por lo cual esta tiene un mayor impacto en la rentabilidad de las empresa, es importante mencionar que los entrevistados señalan que las papa importada están teniendo mayor participación, es decir se está comercializando más que la papa nacional, cabe mencionar que los productores están dispuestos a realizar un análisis de costo /beneficio en la empresa. Por otro lado, los entrevistadores mencionan que la calidad de los insumos y el tiempo si influye en los costos del proceso de producción de la papa

Constatación de resultados

Para finalizar con la discusión de resultados; podemos concluir que la hipótesis general planteada en el trabajo de investigación es afirmativa, es decir efectivamente existe una relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de la papa en Arequipa – Valle de Majes en el 2019, asimismo el trabajo de investigación realizado abriría a nuevas preguntas y por ello a nuevas investigaciones en el sector Agroindustrial o siguiendo con la línea del mismo producto, ya que los autores mencionados con anterioridad señalan la importación de la papa ha ido aumentando cada año en el Perú a pesar que el país tienen una buena producción durante el año, la cual en muchas ocasiones se han visto afectadas por las importaciones ya que están suelen entrar al país con precios por debajo del precio nacional la cual afecta de forma inmediata a los productores y estos tienen que disminuir en sus precios para venderlos, aunque como se ha podido observar en los resultados los productores se ven obligados a bajar los precios para ser competitivos; uno de los autores menciona en el diario (La República, 2019) que la acción de entrar a un país con precios por debajo de los precios nacionales se le conoce como una práctica desleal, en muchos casos cuando se disminuye los precios de un productos no se tienen una rentabilidad ya que lo obtenido llega a cubrir los costos de la cosecha y siembra, asimismo se puede afirmar la hipótesis general planteada.

CONCLUSIONES

- Para concluir, se puede afirmar que no existen dudas de que existe una influencia alta del precio de venta en el proceso de compra, es por esta razón por la cual los productores de papa deben saber manejar estrategias, con el propósito de no perder compradores, pero teniendo en cuenta de que el precio muy aparte de ser competitivo tiene que ser rentable para los mismos; para lo cual los productores de papa se encuentran en desventaja, ya que no tienen las mismas ventajas que los productores extranjeros, debido a que el precio de la papa en el país está por debajo de los precios de la competencia; es así como los productores no evidencian ganancias por su trabajo.
- Los productores de papa del Valle de Majes en su mayoría son personas que no han podido tener la oportunidad de tener estudios superiores, por lo que algunos factores como la sobre producción, la merma y la pérdida del producto, no están previstos dentro de su negocio y por este motivo pierden competitividad frente a los importadores de papa; y generando de la misma manera sobre costos, ya que al no calcular un número exacto de stock se produce un exceso de inventario, lo que desencadena una mayor inversión en producción, equipamiento y fuerza de trabajo.
- El capital humano es la base fundamental de las empresas y esto no es muy diferente en el caso de los productores agrícolas de papa; muchos de los agricultores opinan que no es necesario contratar a un profesional experto en el tema de agricultura, sin embargo, los mismos profesionales empresarios afirman que siempre es bueno tener la perspectiva de un profesional experto en el área, porque gracias a ellos se puede obtener mejores resultados económicos beneficiosos para la empresa. Aunque esta sugerencia sea correcta, los agricultores no la consideran ya que su rentabilidad por la venta de su producto no les permite invertir en más aspectos.
- La importación de la papa, se considera como competencia desleal para los agricultores del tubérculo nacional, ya que, el estado peruano no promueve una ley en el que se establezca un precio de origen, en el cual se analice el costo beneficio y así los agricultores no se vean afectados al tener que bajar sus precios al máximo para lograr vender sus productos, generando grandes pérdidas económicas para los mismos ya que

no pueden recuperar su capital invertido, por ende no generan ganancias, afectándolos negativamente de manera directa al no poder comercializar sus productos.

RECOMENDACIONES

- Como recomendación, lo primero a realizar y lo más recomendable sería poder identificar y definir el público objetivo, porque muchas personas tomarán decisiones de compra de acuerdo a los productos que les resulten más atractivos en función de su poder adquisitivo y hábitos de consumo específicos; a esto le sumamos el apoyo del gobierno peruano, para que estos logren ser competitivos a nivel internacional y logren la posición de un gran mercado extranjero; una estrategia que puede marcar la diferencia es el marketing, en donde se demuestre la calidad de la papa peruana, y todos sus beneficios del consumo de papa natural, sin químicos.
- Una necesidad que estos agricultores deben cubrir es la de ser capacitados para mejorar su productividad como empresarios; bien se sabe que estos productores tienen años de experiencia por lo que el capacitador deberá manejar muy bien el tema de manera que la información compartida deberá ser fácil de entender. Es así como el productor sabrá calcular la cantidad aproximada de lo que debe producir para no generar sobrecostos o el desperdicio del producto al ser la papa es un producto perecible.
- El capital humano es lo primordial para que la empresa labore correctamente y tenga ventaja competitiva, sin esto los productores de papa no podría conducirse al éxito, ni mucho menos conseguir rentabilidad ventajosa; ya que las empresas saben que para tener al mejor talento hay que invertir bien, debido a que un profesional valorado económicamente no aceptara la oferta de trabajo de cualquier lugar; por lo que para que un agricultor de bajos recursos pueda acceder a este, el Estado tendría que ser un subvencionado que tenga parte de la responsabilidad económica de este, y así los empresarios pequeños agricultores de papa, puedan acceder a este beneficio.
- La comercialización de la papa es continua, ya que las familias peruanas están acostumbradas a consumir dicho tubérculo en todas sus comidas, las amas de casa por ejemplo realizan compra de papa para el día, lo cual genera que la venta sea lenta y al por menor, mientras que los importadores de papa transgénica venden sus papas en grandes cantidades a diferentes negocios, quienes compran al por mayor y a precios económicos; sin embargo, la papa dirigida hacia negocios no es 100% saludable, pero

los empresarios lo adquieren por temas de costos; razón por la cual los agricultores peruanos se ven en la obligación de bajar sus precios, siendo este un producto de mayor calidad. Es por ello que, es recomendable que el estado peruano promueva una ley en la que se priorice el consumo de productos nacionales y que sean valorados como tal en términos económicos, además de cuidar y brindarles herramientas para mejorar sus ofertas y así mejorar el bienestar de los pequeños empresarios.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Agraria.pe. (04 de mayo de 2020). *Solo en abril se importaron 4.164 toneladas de papa precocida*. Obtenido de <https://agraria.pe/noticias/solo-en-abril-se-importaron-4-164-toneladas-de-papa-precocid-21423>
- Centro de noticias Prensa-Congreso. (27 de Abril de 2018). *Sobreproduccion y problematica de la papa en el Perú*. Obtenido de <http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/Prensa/heraldo.nsf/CNtitulares2/cb12f396bca1f2f50525827c005efeee/?OpenDocument>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (1997). *La papa en el comercio regional y en los acuerdos comerciales*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/30815-la-papa-comercio-regional-acuerdos-comerciales>
- Huaytalla Tineo, C. (2016). *Generacion de oferta exportable mediante la sustitucion de cultivos de papa hacia la producción de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercializacion en el mercado de Toronto-Canadá*. Lima: Universidad de San Martin de Porres. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/2331>
- La República. (28 de mayo de 2019). *Importación de papa trajo precios abajo*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/1168875-importacion-de-papa-trajo-precios-abajo/>
- Marin Paulino, A. (2018). *Exportacion de hojuelas fritas de papas nativas orgánicas (chips) hacia el mercado de Los Ángeles, California - Estados Unidos*. Lima: Universidad de San Martin de Porres. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/4405>
- Medina Raya, F. (2018). *Comercializacion de la papa (Solanum tuberosum L.) en dos comunidades del Distrito de San Jerónimo de Andahuaylas, región Apurimac*. Lima: Universidad Tecnológica de los Andes. Obtenido de <http://repositorio.utea.edu.pe/bitstream/handle/utea/182/Comercializaci%C3%B3n%20de%20la%20papa%20%28Solanum%20tuberosum%20l.%29%20en%20dos%20comunidades%20del%20distrito%20de%20San%20Jer%C3%B3nimo%20de%20Andahuaylas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). *El Centro de Formación y Producción Arariwa (CENFOPAR)*. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/casos/6268-produccion-y-comercializacion-de-papas-nativas>
- Navarro Mendoza, H. (2018). *El presupuesto como herramienta de gestión y sus efectos en la estrategia de las empresas agroindustriales de la región Ica, 2014-2017*. Lima: Universidad de San Martin de Porres. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/4359>
- Ramos Romero, M. (2018). *El financiamiento y su influencia en la liquidez de las micro y pequeñas empresas agroexportadoras en la región Lima provincias 2015-2016*. Lima: Universidad de San Martin de Porres. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3588>
- Trujillo Saavedra, D. (2017). *Factores determinantes de la producción de papa en el Perú para el periodo de años 1990-2013*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621688>

ANEXOS

Anexo I: Matriz de consistencia

Anexo II: Matriz de operacionalización

Anexo III: Instrumento de recopilación de datos

Anexo IV: Formato de Validación de Juicio de Expertos

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 67.

Matriz de Consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:	Influencia de la importación de la papa en la comercialización de los productores de la papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Sostenibilidad
AUTOR(ES):	Bryan Steven Balladares Torres

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿De qué manera influye la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020?	Determinar de qué manera influye la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la ciudad de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Existe relación entre la importación de la papa y la comercialización de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Variable Independiente Importación de la papa	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de precios. • Sobre stock de papa. • Capital humano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Nivel: Descriptiva • Tipo: Aplicada • Diseño: Explicativo
			Variable Dependiente Comercialización de los productores de papa	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Costos • Precio de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de análisis: Productores de papa en Arequipa – Valle de Majes.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)

¿De qué manera la disminución de precios influye en las ventas de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020?	Determinar de qué manera la disminución de precios influye en las ventas de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Existe relación entre la disminución de precios y las ventas de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Disminución de precios	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción del precio por parte de consumidores • El mercado y la demanda • Nivel de calidad de la papa 	Productores de papa de Arequipa – Valle de Majes.
			Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción • Volumen de ventas • Cantidad de ventas de la papa producida 	
¿De qué manera el sobre stock de papa influye en los costos de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020?	Determinar de qué manera el sobre stock de papa influye en los costos de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Existe relación entre el sobre stock de papa y los costos de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Sobre stock de papa	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de la papa producida anualmente • Índice de papa consumida • Efectividad de la producción 	
			Costos	<ul style="list-style-type: none"> • Costo total • Producción 	

				<ul style="list-style-type: none"> • Costos por proceso 	
¿De qué manera el capital humano influye en el precio de venta de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020?	Determinar de qué manera el capital humano influye en el precio de venta de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Existe relación entre el capital humano y los precios de venta de los productores de papa en Arequipa – Valle de Majes en el año 2020.	Capital humano	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de trabajadores calificados • Número del personal especialistas • Mano de obra directa 	
			Precio de venta	<ul style="list-style-type: none"> • Precio minorista • Precio mayorista • Mercados cautivos 	

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 68.

Operacionalización de la variable 1

Variable: Importación de la papa		
Definición conceptual: Es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubieren, y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.		
Instrumento: Cuestionario		Técnica: La guía de cuestionario
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
D1: Disminución de precios	D1-I1: Percepción del precio por parte de consumidores	¿Usted cree lograr cumplir sus objetivos de venta, al fijar un precio específico en el mercado? ¿Usted cree que el precio de sus productos con respecto a los de la competencia, son competitivos? ¿Usted cree que el precio de la papa importada influye en la fijación de precios?
	D1-I2: El mercado y la demanda	¿Usted cree tener la información necesaria para definir los mercados objetivos de las empresas del sector agroindustrial? Según su experiencia, ¿Usted cree poder determinar los precios de venta de los productos en el sector agroindustrial? En relación a las distintas variedades de cosechas, ¿Cree usted que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el desarrollo humano?
	D1-I3: Nivel de calidad de la papa	¿Usted cree que su cliente queda satisfecho con la calidad de papa producida? ¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes sea de mejor calidad en comparación a la papa importada? ¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes cumple con los estándares de calidad en comparación a la papa importada?
D2: Sobre stock de papa	D2-I1: Cantidad de papa producida anualmente	¿Usted cree que es suficiente la cantidad de papa producida anualmente?

		<p>¿Usted cree que pueda atender todos sus pedidos con la cantidad de papa producida?</p> <p>¿Usted cree que el stock de papa que le queda a fin de año, pueda servir para la venta del año siguiente?</p>
	D2-I2: Índice de papa consumida	<p>¿Usted cree que la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes sea proporcional al consumo anual?</p> <p>¿Usted cree que ha aumentado en este año el índice de papa consumida?</p> <p>¿Usted cree que el consumo de papa producida nacionalmente se vea afectada por la importación de papa del extranjero?</p>
	D2-I3: Efectividad de la producción	<p>¿Usted cree que la merma es significativa en la producción de papa?</p> <p>¿Usted cree que existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por querer mantener sobre stock?</p> <p>¿Usted cree que los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el stock de este tubérculo?</p>
D3: Capital humano	D3-I1: Cantidad de trabajadores calificados	<p>¿Usted cree que contar con trabajadores con un grado superior de estudios, ayude a mejorar la calidad y la cantidad de la producción?</p> <p>¿Usted cree que sea importante la capacitación al personal?</p> <p>¿Usted cree que sea necesario evaluar la calidad de sus trabajadores?</p>
	D3-I2: Numero de personal especialistas	<p>¿Usted cree que sea importante contar con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa?</p> <p>¿Usted cree que sea económicamente beneficioso tercerizar este servicio?</p> <p>¿Usted cree que, para solucionar cualquier tipo de problema de carácter urgente con respecto a la producción, se necesite de especialistas?</p>
	D3-I3: Mano de obra directa	<p>¿Cree usted necesitar mayor cantidad de mano de obra directa?</p> <p>¿Usted cree que el trato de los trabajadores sea igual para los agricultores como para los administrativos?</p> <p>¿Usted cree que los trabajadores necesiten de algún tipo de beneficio motivacional para seguir laborando de forma excelente?</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 69.

Operacionalización de la variable 2

Variable: Comercialización de los productores de papa		
Definición conceptual: Conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.		
Instrumento: Cuestionario		Técnica: La guía de cuestionario
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
D1: Ventas	D1-I1: Promoción	¿Usted cree que las estrategias de marketing utilizadas en su empresa sirven para incrementar el nivel de ventas de su producto? ¿Usted cree que la inversión en promoción que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado, sea el necesario? ¿Usted cree que utilizar una alianza estratégica con algún distribuidor nacional, lograría incrementar sus ventas?
	D1-I2: Volumen de ventas	¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa agroindustrial este creciendo en el transcurso de los años? ¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa tenga un impacto positivo en la rentabilidad? ¿Usted cree que el volumen de venta de este año es mayor a lo esperado?
	D1-I3: Cantidad de ventas de la papa producida	¿Usted cree que la papa importada se esté vendiendo más que la nacional? ¿Usted cree que contar con un almacén propio, ayude a minimizar gastos? ¿Usted cree que la cantidad de papa producida podría verse afectada si ocurriera algún tipo de cambio climático y/o estacionario de forma brusca?
D2: Costos	D2-I1: Costo total	¿Usted considera que se realiza un análisis costo/beneficio en su empresa? ¿Usted cree que los principales costos que la empresa agroindustrial mantiene, sean solo los necesarios? De acuerdo a su experiencia, ¿Usted cree que se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados?

	D2-I2: Producción	<p>¿Usted cree que la empresa tenga un nivel óptimo de producción para obtener rentabilidad?</p> <p>Según su experiencia, ¿Usted cree que la empresa aplica economía de escala para reducir los costos de producción?</p> <p>¿Usted cree que la producción de papa podría verse afectada con el incremento de costo de otros productos básicos como el arroz importado?</p>
	D2-I3: Costos por proceso	<p>¿Usted cree que la calidad de los insumos influye en los costos del proceso de producción de la papa?</p> <p>¿Usted cree que la tecnología que se emplea en el proceso influye en los costos de producción de la papa?</p> <p>¿Usted cree que el tiempo empleado en el proceso de producción influye en el costo para ofrecer una papa de buena calidad?</p>
D3: Precio de venta	D3-I1: Precio minorista	<p>¿Usted cree que, si la producción total se vendiera a precio minorista, se obtendría mayores ganancias?</p> <p>¿Usted cree que vender a precio minorista cubriría los costos totales?</p> <p>¿Usted cree que el precio minorista tiene una buena aceptación en el mercado?</p>
	D3-I2: Precio mayorista	<p>¿Usted cree que exista diferencia entre el precio minorista y mayorista?</p> <p>¿Usted cree que la producción total de papas, deba venderse a precio mayorista?</p> <p>¿Usted cree que el precio mayorista de la papa genera un gran margen de rentabilidad a la empresa?</p>
	D3-I3: Mercados cautivos	<p>¿Usted cuenta con mercados ya establecidos para la comercialización de papa?</p> <p>¿Usted tiene la seguridad de que su producción de papa es de buena calidad?</p> <p>¿Usted cree que sus clientes lo reconocen por la calidad de su papa producida?</p>

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Influencia de la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020

Estimados productores de papa de Arequipa – Valle de Majes, con la finalidad de conocer y estudiar la influencia de la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes en el año 2020, se está realizando el siguiente cuestionario, el cual agradeceríamos sea respondido con la mayor sinceridad posible.

Por favor no escriba su nombre, toda la información que nos brinde estará a buen recaudo.

Datos generales

Género: Masculino Femenino

Estado Civil: Soltero/a Comprometido/a Casado/a Divorciado/a Viudo/a

Edad:

- a) 18-28 b) 29-39 c) 40-50 d) 51 a más

Por favor, marque con una X su respuesta. Encontrará alternativas como las mostradas a continuación:

- Totalmente en desacuerdo
- Parcialmente en desacuerdo
- Parcialmente de acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Autor: Bryan Steven Balladares Torres

Tabla 70.

Instrumento de recopilación de datos / Variable Independiente

Nombre del Instrumento:		Cuestionario					
Autor del Instrumento:		Bryan Steven Balladares Torres					
Definición Conceptual:		Importación de la papa: Es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubieren, y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.					
Población:		Productores de papa de Arequipa – Valle de Majes					
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Escala			
				Totalmente de	Parcialmente	Parcialmente	Totalmente en
				1	2	3	4
Importación de la papa	D1 Disminución de precios	I1 Percepción del precio por parte de consumidores	¿Usted cree lograr cumplir sus objetivos de venta, al fijar un precio específico en el mercado?				
			¿Usted cree que el precio de sus productos con respecto a los de la competencia, son competitivos?				
			¿Usted cree que el precio de la papa importada influye en la fijación de precios?				
		I2 El mercado y la demanda	¿Usted cree tener la información necesaria para definir los mercados objetivos de las empresas del sector agroindustrial?				
			Según su experiencia, ¿Usted cree poder determinar los precios de venta de los productos en el sector agroindustrial?				
			En relación a las distintas variedades de cosechas, ¿Cree usted que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el desarrollo humano?				
		I3 Nivel de calidad de la papa	¿Usted cree que su cliente queda satisfecho con la calidad de papa producida?				
			¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes sea de mejor calidad en comparación a la papa importada?				
			¿Usted cree que la papa producida en Arequipa – Valle de Majes cumple con los estándares de calidad en comparación a la papa importada?				

	D2 Sobre stock de papa	I1 Cantidad de papa producida anualmente	¿Usted cree que es suficiente la cantidad de papa producida anualmente?				
			¿Usted cree que pueda atender todos sus pedidos con la cantidad de papa producida?				
			¿Usted cree que el stock de papa que le queda a fin de año, pueda servir para la venta del año siguiente?				
		I2 Índice de papa consumida	¿Usted cree que la producción de papa en Arequipa – Valle de Majes sea proporcional al consumo anual?				
			¿Usted cree que ha aumentado en este año el índice de papa consumida?				
			¿Usted cree que el consumo de papa producida nacionalmente se vea afectada por la importación de papa del extranjero?				
		I3 Efectividad de la producción	¿Usted cree que la merma es significativa en la producción de papa?				
			¿Usted cree que existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por querer mantener sobre stock?				
			¿Usted cree que los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el stock de este tubérculo?				
	D3 Capital humano	I1 Cantidad de trabajadores calificados	¿Usted cree que contar con trabajadores con un grado superior de estudios, ayude a mejorar la calidad y la cantidad de la producción?				
			¿Usted cree que sea importante la capacitación al personal?				
			¿Usted cree que sea necesario evaluar la calidad de sus trabajadores?				
		I2 Número de personal especialistas	¿Usted cree que sea importante contar con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa?				
			¿Usted cree que sea económicamente beneficioso tercerizar este servicio?				
			¿Usted cree que, para solucionar cualquier tipo de problema de carácter urgente con respecto a la producción, se necesite de especialistas?				
I3 Mano de obra directa		¿Cree usted necesitar mayor cantidad de mano de obra directa?					
		¿Usted cree que el trato de los trabajadores sea igual para los agricultores como para los administrativos?					
		¿Usted cree que los trabajadores necesiten de algún tipo de beneficio motivacional para seguir laborando de forma excelente?					

Tabla 71.

Instrumento de recopilación de datos / Variable Dependiente

Nombre del Instrumento:		Cuestionario					
Autor del Instrumento:		Bryan Steven Balladares Torres					
Definición Conceptual:		Comercialización de los productores de papa: Conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.					
Población:		Productores de papa de Arequipa – Valle de Majes					
Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Escalas			
				Totalmente de	Parcialmente de	Parcialmente en	Totalmente en
				1	2	3	4
Comercialización de los productores de papa	D1 Ventas	I1 Promoción	¿Usted cree que las estrategias de marketing utilizadas en su empresa sirven para incrementar el nivel de ventas de su producto?				
			¿Usted cree que la inversión en promoción que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado, sea el necesario?				
			¿Usted cree que utilizar una alianza estratégica con algún distribuidor nacional, lograría incrementar sus ventas?				
		I2 Volumen de ventas	¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa agroindustrial este creciendo en el transcurso de los años?				
			¿Usted cree que el volumen de ventas de la empresa tenga un impacto positivo en la rentabilidad?				
			¿Usted cree que el volumen de venta de este año es mayor a lo esperado?				
		I3 Cantidad de ventas de la papa producida	¿Usted cree que la papa importada se esté vendiendo más que la nacional?				
			¿Usted cree que contar con un almacén propio, ayude a minimizar gastos?				
			¿Usted cree que la cantidad de papa producida podría verse afectada si ocurriera algún tipo de cambio climático y/o estacionario de forma brusca?				

D2 Costos	I1 Costo total	¿Usted considera que se realiza un análisis costo/beneficio en su empresa?					
		¿Usted cree que los principales costos que la empresa agroindustrial mantiene, sean solo los necesarios?					
		De acuerdo a su experiencia, ¿Usted cree que se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados?					
		I2 Producción	¿Usted cree que la empresa tenga un nivel óptimo de producción para obtener rentabilidad?				
			Según su experiencia, ¿Usted cree que la empresa aplica economía de escala para reducir los costos de producción?				
			¿Usted cree que la producción de papa podría verse afectada con el incremento de costo de otros productos básicos como el arroz importado?				
		I3 Costo por proceso	¿Usted cree que la calidad de los insumos influye en los costos del proceso de producción de la papa?				
			¿Usted cree que la tecnología que se emplea en el proceso influye en los costos de producción de la papa?				
			¿Usted cree que el tiempo empleado en el proceso de producción influye en el costo para ofrecer una papa de buena calidad?				
	D3 Precio de venta	I1 Precio minorista	¿Usted cree que, si la producción total se vendiera a precio minorista, se obtendría mayores ganancias?				
			¿Usted cree que vender a precio minorista cubriría los costos totales?				
			¿Usted cree que el precio minorista tiene una buena aceptación en el mercado?				
I2 Precio mayorista		¿Usted cree que exista diferencia entre el precio minorista y mayorista?					
		¿Usted cree que la producción total de papas, deba venderse a precio mayorista?					
		¿Usted cree que el precio mayorista de la papa genera un gran margen de rentabilidad a la empresa?					
I3 Mercados cautivos		¿Usted cuenta con mercados ya establecidos para la comercialización de papa?					
		¿Usted tiene la seguridad de que su producción de papa es de buena calidad?					
		¿Usted cree que sus clientes lo reconocen por la calidad de su papa producida?					

ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

JUICIO DE EXPERTO

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (X) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo (X) 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título del proyecto de tesis:	Influencia de la importación de la papa en la comercialización de los productores de papa de la región de Arequipa – Valle de Majes 2019.
Línea de investigación:	Sostenibilidad

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma

Santa Anita, 22 de junio del 2021

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

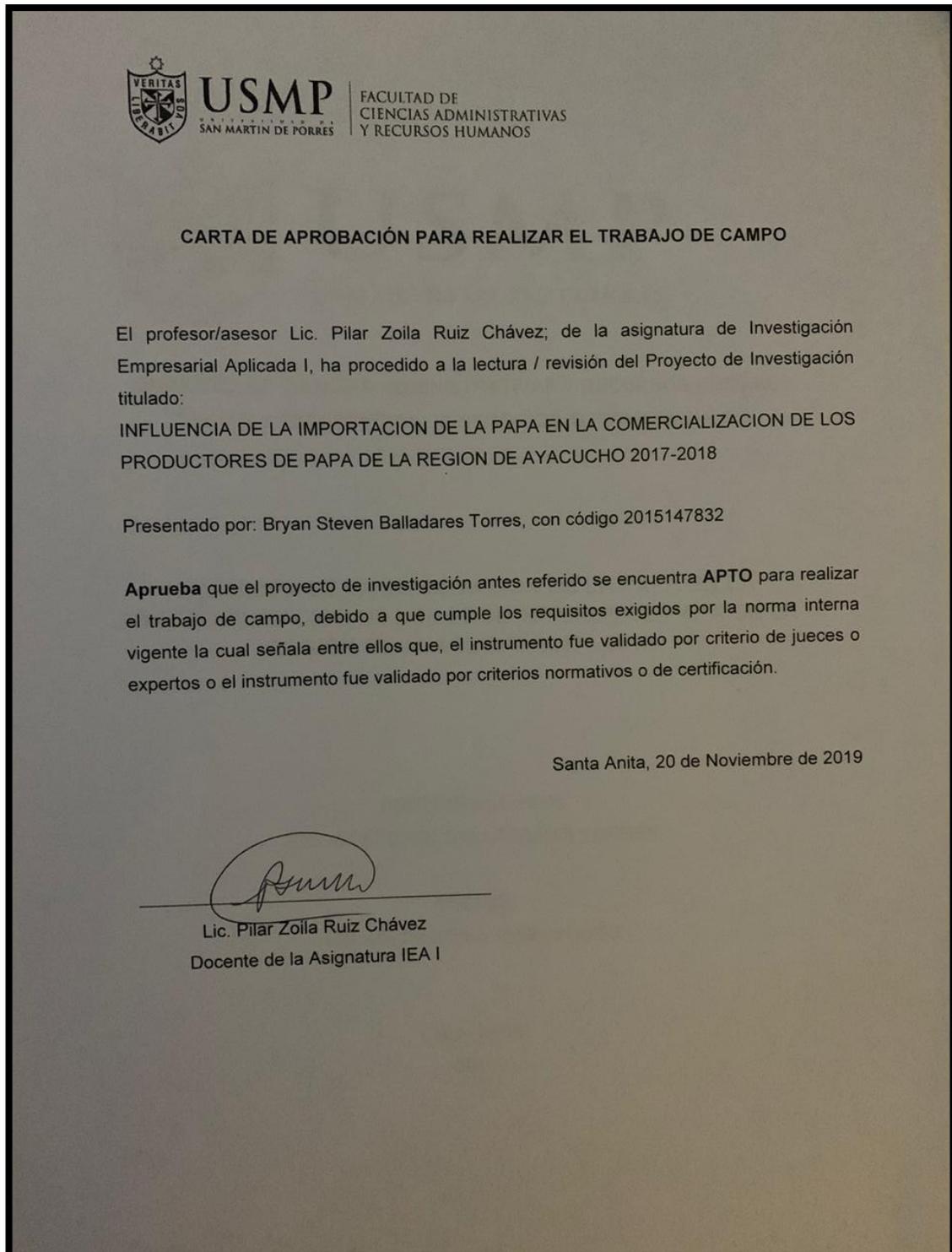
Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de:

www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/artículo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

Figura 67.

Carta de aprobación para realizar el trabajo de campo



Fuente: Elaboración propia

Figura 68.

Solicitud de validación

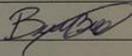
 **USMP** Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
SAN MARTÍN DE PORRES

Solicitud de validación de juicio de experto
Instrumento de recopilación de datos
Semestre Académico: 2019 II

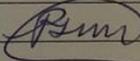
Señor(a): Mg. Víctor M. Alvarado Arce
Yo, Bryan Steven Balladares Torres
Alumno (a) de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos, de la Escuela Académica de Administración de Negocios Internacionales;
matriculado(a) en la asignatura de Investigación Empresarial Aplicada I, sección

Ante usted, con el debido respeto me presento y expongo, que estoy presentando un Plan de tesis titulado: INFLUENCIA DE LA IMPORTACION DE LA PAPA EN LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTORES DE LA PAPA DE LA REGION DE AYACUCHO EN LOS AÑOS 2017-2018 y requiero validar mi instrumento de recopilación de datos mediante el juicio de expertos, por lo cual le solicito tenga a bien realizar la validación correspondiente, para proseguir con la recolección de datos para mi investigación.

Alumno autor del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
<u>BALLADARES TORRES BRYAN STEVEN</u>	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
<u>RUIZ CHAVEZ PILAR ZOILA</u>	

Por lo expuesto, le agradeceré se sirva atender la presente solicitud.
Documentación adjunta:

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Formato de validación de juicio de expertos

Santa Anita, 13 de Noviembre de 2019

Fuente: Elaboración propia

Figura 69.

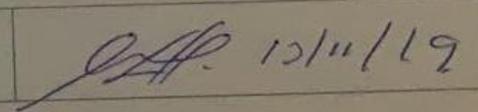
Formato de validación 1

2

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1 (escribir el nombre de variable)

Nombre del instrumento motivo de evaluación	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Bryan Steven Bañadares Torres					
Variable 1 (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente Importación					
Población	Productores de papa en la región de Ayacucho					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Disminución de precios						
Indicador 1: Percepción del precio por parte de consumidores	¿Cuál es su objetivo al fijar el precio de venta en la empresa?	4	4	4	4	
	¿Cómo es el precio de sus productos con respecto a los de la competencia?	4	4	4	4	
	¿El precio de la papa importada influye en la fijación de precios?	4	4	4	4	
Indicador 2: El mercado y la demanda	¿Cómo se determina los mercados objetivos en las empresas del sector agroindustrial?	4	4	4	4	
	Según su experiencia, ¿Cómo determina usted los precios de venta de los productos en el sector agroindustrial?	4	4	4	4	
	En relación a las distintas variedades de cosechas, ¿Cree usted que la papa abarca un mayor número de consumidores por tener mayores nutrientes para el desarrollo humano?	4	4	4	4	
Indicador 3: Nivel de calidad de la papa	¿El consumidor queda satisfecho con la calidad de papa producida?	4	4	4	4	
	¿La papa producida es de mejor calidad en comparación a la papa importada?	4	4	4	4	
	¿La papa producida cumple con los estándares de calidad en comparación a la papa importada?	4	4	4	4	
D2: Sobre stock de papa						

Indicador 1: Sobre stock de papa	¿Es suficiente la cantidad de papa producida anualmente? ¿Puede atender todos sus pedidos con la cantidad producida? ¿Le queda stock de papa a fin de año?	4	4	4	4	
Indicador 2: Índice de papa consumida	¿Es proporcional la papa producida y consumida anualmente?	4	4	4	4	
	¿Aumentó en este año el índice de papa consumida?	4	4	4	4	
	¿El consumo de papa se vio afectada por la importación de ese tubérculo?	4	4	4	4	
Indicador 3: Efectividad de la producción	¿La merna es significativa en la producción de papa?	4	4	4	4	
	¿Existe la probabilidad de que parte de la producción de papa tienda a malograrse por incurrir en sobre stock?	4	4	4	4	
	¿Los errores cometidos durante el proceso de producción de papa influyen en el stock de este tubérculo?	4	4	4	4	
D3: Capital Humano						
Indicador 1: Cantidad de trabajadores calificados	¿Cuenta con trabajadores de un grado superior?	4	4	4	4	
	¿Brindan capacitaciones al personal?	4	4	4	4	
	¿Evalúa la calidad de sus trabajadores?	4	4	4	4	
Indicador 2: Número de personal especialistas	¿Cuenta con algún especialista en el mantenimiento del cultivo de la papa?	4	4	4	4	
	¿Tiene o quiere tercerizar este servicio?	4	4	4	4	
	¿Ha tenido algún tipo de problema de carácter urgente, el cual necesite de especialistas?	4	4	4	4	
Indicador 3: Mano de obra directa	¿Qué cantidad de Mano de obra directa tiene?	4	4	4	4	
	¿Se les trata de igual forma que al área administrativa?	4	4	4	4	
	¿Los bonifica de alguna forma, por excelencia?	4	4	4	4	
Nota: Inserte más filas de acuerdo a su instrumento						
Firma de validador experto						

Fuente: Elaboración propia

Figura 70.

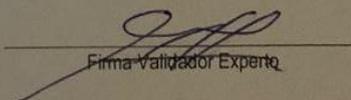
Información del validador experto 1

6

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Alvarado Areñdo, Víctor Manuel
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()
Profesión:	Adm de Emp. Espec. Conex.
Grado académico	Licenciado ¹ <input checked="" type="checkbox"/> Maestro <input checked="" type="checkbox"/> Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 <input checked="" type="checkbox"/> De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más <input checked="" type="checkbox"/>
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()


 Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

Fuente: Elaboración propia

Figura 71.

Formato de validación 2

4

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (escribir el nombre de variable)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Bryan Steven Bailadares Torres					
Variable 2 (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente: Comercialización					
Población	Productores de papa en la región de Ayacucho					
Dimensión / Indicador	Items	Suficiencia	Cantidad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1. Ventas						
Indicador 1: Promoción	¿Qué estrategias de marketing utiliza para incrementar el nivel de ventas de su producto?	4	4	4	4	
	¿Cuánto es la inversión en promoción que la empresa realiza para lograr el nivel de ventas deseado?	4	4	4	4	
	¿Posee alguna alianza estratégica con algún distribuidor nacional?	4	4	4	4	
Indicador 2: Volumen de ventas	¿Cuánto es el volumen de ventas de la empresa agroindustrial?	4	4	4	4	
	¿Cuál es el impacto del volumen de ventas de la empresa en la rentabilidad?	4	4	4	4	
	¿El volumen de ventas anuales es mayor a lo planeado?	4	4	4	4	
Indicador 3: Cantidad de ventas de la papa producida	¿Se vende la papa importada más que la nacional?	4	4	4	4	
	¿Cuenta con un almacén propio?	4	4	4	4	
	¿La cantidad papa producida se vio afectada por algún cambio climático y/o estacionario?	4	4	4	4	
D2. Costos						
Indicador 1: Costo total	¿Usted considera que se realiza un análisis costo/beneficio en su empresa?	4	4	4	4	
	¿Cuáles son los principales costos que la empresa agroindustrial incurre?	4	4	4	4	
	De acuerdo a su experiencia, ¿Se pueden reducir costos de producción para poder así enfrentar a la fuerte competencia de productos importados?	4	4	4	4	

Fuente: Elaboración propia

Figura 72.

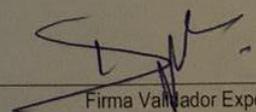
Formato de validación 2

6

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	De la Piedra Yapez, Dennis Yohannes
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()


 Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

Fuente: Elaboración propia

Figura 73.

Cuadro resumen de bases teóricas

INFLUENCIA DE LA IMPORTACIÓN DE LA PAPA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE PAPA DE LA REGIÓN DE AREQUIPA - VALLE DE MAJES EN EL AÑO 2020				
		AUTORES	DIMENSION	INDICADORES
VARIABLE DEPENDIENTE	Comercialización de los productores de papa	Huaytalla Tineo, C (2016) Medina Raya, F (2018) Trujillo Saavedra, D (2017)	Ventas	Promoción
				Volumen de ventas
				Cantidad de ventas de la papa producida
				Costo total
			Costos	Producción
				Costos por proceso
				Precio minorista
Precio de venta	Precio mayorista			
	Mercados cautivos			
VARIABLE INDEPENDIENTE	Importación de papa	Maurin Paulino, A (2018) Navarro Mendoza, H (2018) Ramos Romero, M (2018)	Disminución de precios	Percepción del precio por parte de consumidores
				El mercado y la demanda
				Nivel de calidad de la papa
				Cantidad de la papa producida anualmente
			Sobre stock de papa	Índice de papa consumida
				Efectividad de la producción
				Cantidad de trabajadores calificados
			Capital humano	Número del personal especialista
				Mano de obra directa

Fuente: Elaboración propia