



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

**FACTORES CLAVES DE PRODUCCIÓN PARA LA
GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE EN LOS
PRODUCTORES DE AGUAYMANTO (*Physalis
peruviana L.*) DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN
AYACUCHO, 2019**

**PRESENTADO POR
ASTRIT ARREDONDO BLANCO
RAYZA CHÁVEZ VELARDE**

**ASESOR
CARLOS ANTONIO GAMARRA CHÁVEZ**

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

**LIMA – PERÚ
2023**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



USMP

UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

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

TESIS

**FACTORES CLAVES DE PRODUCCIÓN PARA LA GENERACIÓN DE
OFERTA EXPORTABLE EN LOS PRODUCTORES DE
AGUAYMANTO (*Physalis peruviana* L.) DEL DISTRITO DE
VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO, 2019**

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

PRESENTADO POR

**ASTRIT ARREDONDO BLANCO
RAYZA CHÁVEZ VELARDE**

**ASESOR
MG. CARLOS ANTONIO GAMARRA CHÁVEZ**

LIMA, PERÚ

2023

DEDICATORIA

Investigación dedicada a Dios, este logro fue hecho con un arduo trabajo, además, porque no hay hoja que se mueva si no es por su infinita voluntad.

A nuestros padres, por su ardua labor al esfuerzo del día a día, los valores, el amor y la formación que siguen dándonos.

Por último, dedicamos esta tesis a todas las personas dedicadas noblemente a la producción de aguaymanto y sacan adelante a su familia.

Astrit Arredondo Blanco

Rayza Chávez Velarde

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro mayor agradecimiento al asesor de tesis Mg. Carlos Antonio Gamarra Chávez, quien, durante en todo este proceso nos ha brindado su conocimiento, enseñanza y colaboración permitiendo la culminación de la tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	16
1.1 Antecedentes de la investigación.....	16
1.2 Bases teóricas titulo	22
1.3 Definición de términos básicos.....	44
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	46
2.1 Formulación de hipótesis general y específicas	46
2.2 Variables y definición operacional.....	47
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	49
3.1 Diseño metodológico.....	49
3.2 Diseño muestral capítulo de muestra	51
3.3 Técnicas para la recolección de los datos.....	52
3.3.1 Confiabilidad del instrumento prueba	53
3.3.2 Validez del instrumento prueba	54
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	54
3.5 Aspectos éticos	55
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	56
4.1 Resultados de la investigación.....	56
4.1.1 Descripción de la muestra capítulo de muestra	56
4.1.2 Análisis exploratorio de las variables	60
4.1.3 Contrastación de las hipótesis de investigación	65
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	72
CONCLUSIONES.....	78

RECOMENDACIONES	81
FUENTES DE INFORMACIÓN	83
ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de las variables	37
Tabla 2: Interpretación del coeficiente de confiabilidad	41
Tabla 3: Estadísticas de fiabilidad	41
Tabla 4: Resultado de la validación por juicio de expertos.....	454
Tabla 5: Género de los encuestados.....	44
Tabla 6: Edad de los encuestados	45
Tabla 7: Nivel de estudios de los encuestados	46
Tabla 8: Variable factores claves para generar oferta exportable	47
Tabla 9: Variable Oferta exportable.....	48
Tabla 10: Dimensión 1: Capacitación.....	49
Tabla 11: Dimensión 2: Asociatividad	50
Tabla 12: Dimensión 3: Tecnología.....	51
Tabla 13: Prueba de Normalidad.....	53
Tabla 14: Correlación de la hipótesis general	54
Tabla 15: Correlación de la hipótesis específica 1	55
Tabla 16: Correlación de la hipótesis específica 2	56
Tabla 17: Correlación de la hipótesis específica 3	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Genero de los encuestados	45
Figura 2: Edad de los encuestados	46
Figura 3: Nivel de estudios de los encuestados	47
Figura 4: Variable 1: Factores claves para generar oferta exportable.....	48
Figura 5: Variable 2: Oferta Exportable	49
Figura 6: Dimensión 1: Capacitación.....	50
Figura 7: Dimensión 2: Asociatividad	51
Figura 8: Dimensión 3: Tecnología.....	52
Figura 9: Productores de aguaymanto del distrito de Vinchos	97
Figura 10: Representantes de la Asociación Productores en Vinchos.	98
Figura 11: Toma de encuestas en la Asociación Productores en Vinchos.	98
Figura 12: Tecnificación del sistema de riego del aguaymanto en Vinchos	99
Figura 13: Cosecha del aguaymanto en Vinchos - Ayacucho	100

RESUMEN

El aguaymanto es un fruto que puede ofrecerse sin estacionalidad existente, debido a que en la Región de Ayacucho se cuenta con clima y suelos propicios para su producción. La presente investigación tiene como objetivo determinar los factores claves de producción que se relacionan con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos de la Región Ayacucho.

El estudio utilizó como metodología el enfoque cuantitativo debido que se recolectará datos, con un alcance correlacional en donde la relación entre las variables demostradas determina el grado de influencia de relación con sus factores que se han propuesto en el estudio.

El muestreo del estudio fue no probabilístico, basadas en un juicio subjetivo de las investigadoras, alcanzo una muestra de 40 productores de aguaymanto. El estudio utiliza para el levantamiento de datos una encuesta, para el instrumento un cuestionario estructurado.

Los resultados permiten demostrar que las dimensiones de la variable factores claves: capacitación y asociatividad son factores que no influye en la generación de oferta exportable, aunque, la dimensión tecnología si influye directamente en generar oferta exportable desde los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Palabras claves: Productores de aguaymanto, capacitación, tecnología, asociatividad.

ABSTRACT

Aguaymanto is a fruit that can be offered without existing seasonality, since the Ayacucho Region has favorable climate and soils for its production. The present investigation seeks to determine which are the key production factors that are related to the generation of exportable supply in the producers of aguaymanto in the district of Vinchos in the Ayacucho region.

The study used a quantitative approach as a methodology because it is based on data collection, with a correlational scope where the relationship between the demonstrated variables determines the degree of influence of the relationship with its factors that have been proposed in the study.

The sampling of the study was non-probabilistic, based on a subjective judgment of the researchers, it reached a sample of 40 goldenberry producers. The study uses a survey as a data collection technique and a structured questionnaire as an instrument.

The results of the study show that the dimensions of the key factors variable: training and associativity are factors that do not influence the generation of exportable supply, although the technology dimension does directly influence the generation of exportable supply in the aguaymanto producers of the district. of Vinchos, Ayacucho region in the 2019.

Keywords: Aguaymanto producers, Training, Technology, Associativity.

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis Arredondo-Chávez- ASESOR CARLOS
GAMARRA

RECUESTO DE PALABRAS

15649 Words

RECUESTO DE CARACTERES

88544 Characters

RECUESTO DE PÁGINAS

100 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

10.6MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 15, 2022 6:51 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 15, 2022 6:59 AM GMT-5

● 12% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, existe un incremento en el consumo mundial de productos orgánicos, además, el Perú exporta en mayor volumen el fruto, siendo necesaria identificar la influencia de los factores claves de producción que determinarán la generación de una oferta exportable. Asimismo, es necesario reconocer que en el país a pesar existir programas de promoción y capacitación dirigido a los productores agrícolas, aún existe altos niveles de informalidad por parte de los agricultores, los cuáles por falta de conocimientos básicos, capacitación, herramientas, tecnología, entre otros factores, desconocen cómo manejar o planificar la proyección de su producción en el mediano e incluso largo plazo.

El presente estudio refiere la generación de oferta exportable, la misma que se define en tener un producto competitivo que reúna los requisitos de precio, calidad y las ventajas competitivas y contar con volúmenes de producción, asegurar la entrega en el tiempo indicado y tener flexibilidad para alcanzar los términos del contrato para exportar; tomando en cuenta los factores que influyen en su generación. La investigación se realizó en función a la información que se tuvo de los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos en Ayacucho año 2019, quienes pertenecen a la “*Asociación de Productores Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay*”.

La característica principal de la generación de oferta exportable es que a pesar de que el Perú cuenta con una extensa diversidad de frutos, muchas veces por falta de conocimiento, de pertenencia a una asociación formal o la mejora en las prácticas agrícolas los productores no pueden salir al mercado internacional. De este modo, para analizar la problemática que enfrenta el estudio, es conveniente

identificar que la capacitación, asociatividad y la tecnología son variables que influyen en la generación de una oferta exportable.

La investigación se inició a partir del interés por impulsar la exportación del aguaymanto en el mercado internacional conocido también como *Golden Berrie*, además hacer conocer que el Perú se posiciona como uno de los primeros productores y exportadores del fruto, debido a que, el suelo de la sierra peruana son propicios para su producción, incluso empresas chilenas han comprado terrenos en diferentes zonas del país, con el propósito de exportar desde el Perú el aguaymanto que en ocasiones superan en volumen a los productores locales.

Los productores agrícolas en Ayacucho reconocen que la producción del aguaymanto es una novedosa alternativa como negocio rentable para solventar la económica de sus familias, según (MINAGRI, 2018) de los cuales estos productores son beneficiados por el programa de compensaciones por competitividad, quienes cuentan con una asistencia técnica quien proporciona Agroideas.pe, los cuales se enfocan en mejorar las técnicas de producción del fruto de manera que pueda incrementar su productividad y calidad comercial del producto.

Respecto a la metodología del estudio se aplicó un cuestionario estructurado compuesto por 37 preguntas medidos bajo una escala Likert de 5 puntos, las que se dirigieron a una muestra de 40 productores del aguaymanto que pertenecen a la “*Asociación de Productores Frutales y Crianza de Animales Menores del Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay*”, distrito de Vinchos en Ayacucho 2019. El estudio tuvo un alcance correlacional de diseño no experimental.

Por otro lado, el estudio formula el problema principal para determinar ¿Cuáles son los factores claves de producción que se relacionan con la generación de oferta exportable en los productores de Aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho, en el 2019?

Para responder a la necesidad principal de la investigación se plantea el objetivo general del estudio para: Determinar los factores claves de producción que se relacionan con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019. En cuanto a los problemas específicos menciona los siguientes: (1) Determinar la relación de la capacitación con la generación de oferta exportable desde los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019. (2) Determinar la relación de la asociatividad con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019; por último, (3) Determinar la relación de la tecnología con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

El presente estudio justifica su importancia dado que podrá ser tomado como referencia para incentivar y promocionar con mayor énfasis programas de capacitación, asociatividad e implementación de tecnología para los productores de aguaymanto. Esto debido a que se puede potenciar las exportaciones de aguaymanto, que actualmente cuenta con demanda en el mercado internacional debido al boom del consumo de alimentos orgánicos y a la concientización en materia de alimentación y cuidado de la salud.

Por otro lado, los beneficios que aportarán los resultados del estudio serán no solo en materia cognoscitiva para los productores e interesados en los procesos que deben implementarse para mejorar la producción considerando los requerimientos necesarios del mercado internacional, sino que también servirá para su posterior análisis y ejercicio en posibles producciones realizadas con proyección en el campo de las exportaciones.

Respecto a la delimitación del estudio espacial, el presente estudio se efectuó en la localidad de Vinchos, Región de Ayacucho, 2019, la investigación fue transversal con una duración de 1 año, se analizaron los factores claves de producción y la relación que mantienen con la generación de oferta exportable, de manera en que se pudo analizar la influencia de cada una de ellas respecto a la variable anteriormente nombrada, en el tiempo de duración del estudio. Para la delimitación teórica, académicamente, el proyecto se ubica dentro del área administrativa, tomando en cuenta las teorías de oferta exportable, asimismo, se consideran los procedimientos de una investigación científica.

El presente estudio, aportará con información real y actualizada de fuentes primarias relevante respecto a los factores que generan una oferta exportable del aguaymanto por parte de los productores en el distrito de Vinchos, Región de Ayacucho, 2019; los cuales vienen trabajando mediante una asociación de productores y vienen exportando desde el 2012 mediante el apoyo del Programa Social de Compensación en la Competitividad (AGROIDEAS, 2021) promovido por el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI, 2021).

Los resultados de la investigación, servirá como apoyo de consulta y punto de partida para las siguientes investigaciones referente al problema de estudio,

asimismo, tiene viabilidad técnica debido a que se cuenta con todos los procedimientos metodológicos e instrumentales para su ejecución. Existe viabilidad económica debido que estos tipos de estudios se requiere de un financiamiento, el cual serán cubiertos por las investigadoras con recursos propios. El estudio será viable socialmente debido a que se dirigirá a las personas que conforman la *“Asociación de Productores de Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay”*, quienes colaborarán de manera voluntaria brindando la información requerida en las encuestas.

La presente investigación está compuesta en 5 componentes: en el 1er. capítulo se mencionan estudios de antecedentes nacional e internacional y se exponen las variables mediante el marco teórico, definiciones de términos básicos, para el 2do. capítulo se formulan hipótesis y su definición operacional de las variables de estudio, en el 3er. capítulo se desarrolla la metodología del estudio científico, en el 4to. capítulo se muestran los resultados del estudio de campo, para el 5to. capítulo se discuten los resultados, por último, concluyen y recomiendan según los objetivos planteados y bajo la perspectiva de los investigadores.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

A continuación, se presentan investigaciones de tesis realizados en el ámbito nacional e internacional que refieren los factores claves de producción para generar oferta exportable desde los productores de aguaymanto:

Cruz y Maurate (2018), quienes desarrollaron una investigación: *“Factores Claves de éxito para desarrollar oferta exportable de Stevia Rebaudiana, comercializada como hojas secas del Departamento de San Martín - Perú hacia el mercado de Japón”* y consideran entre sus variables a la tecnología, el conocimiento, asesoría técnica considerado como capacitación y la asociatividad. De igual manera, se obtuvo como resultado que los productores contaban con un conocimiento empírico, debido que las prácticas agrícolas son heredadas e indicaron que hasta la fecha no tenían ningún asesoramiento económico, ni apoyo técnico por parte del gobierno central o instituciones privadas, concluye que, entre los eslabones de la cadena de valor de aguaymanto, el eslabón productivo tiene una mayor concentración en tareas agrícolas a lo largo del ciclo productivo.

Cubas (2017), desarrolló una investigación: *“Comercio Internacional y Competitividad del Aguaymanto Peruano 2008 – 2016”*, realizado en la Universidad César Vallejo, el objetivo del estudio permite identificar la relación del comercio internacional y la competitividad del aguaymanto peruano; la investigación tuvo un diseño no experimental, no se aplicó una muestra debido a que el estudio fue hecho ex post facto. Se obtuvo como conclusión que en

el periodo 2008 hasta 2016, el cual estaba siendo estudiado, las exportaciones de aguaymanto peruano tuvieron una tendencia de crecimiento y tuvieron una influencia favorable en el comercio internacional.

Munguía (2017), desarrolló una investigación: “*Factores Limitantes en el proceso de producción para generar oferta exportable competitiva del aguaymanto en la Provincia de Huanta y Vinchos Departamento de Ayacucho*”, en la Universidad de San Martín de Porres en Lima, la cual tuvo como objetivo determinar cuáles son los factores que limitan el proceso de producción en la generación de una oferta exportable competitiva para la producción del aguaymanto en las localidades de Huanta y Vinchos en el departamento de Ayacucho.

El estudio fue de tipo exploratoria teniendo como objeto de la muestra a pequeños y medianos agricultores pertenecientes a las asociaciones provinciales de productores y profesionales de Huanta y Vinchos. Se seleccionaron a 10 productores, 12 asociaciones y 25 agricultores por tener mayor experiencia en la producción del aguaymanto. Se concluyó que en la Región se desarrollaron proyectos de fomento a la fruticultura y el aumento de los terrenos de cultivo, además, se constató que la ausencia de asistencia técnica y no existe apoyo de instituciones estatales y/o privadas y el uso de maquinaria afectaron directamente la disponibilidad de frutas de calidad que exigen el mercado internacional.

Agurto y Lázaro (2016), desarrollaron una investigación: “*Situación de los eslabones de la Cadena de Valor de Aguaymanto (Physalis peruviana) para exportar desde la provincia de San Pablo en la Región Cajamarca, 2015*”

en la Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo. El objetivo del estudio permite determinar la situación de las etapas de la cadena de valor en la producción del aguaymanto para exportar desde Cajamarca; la investigación fue descriptiva y deductiva, no se consideró a una muestra en la investigación, puesto a que no se lograron ubicar a todos los actores presentes en el lugar de estudio. Los investigadores analizaron las variables producción y la organización en relación con el presente estudio se considera la producción como productividad dado el caso es un indicador de dimensión tecnología.

Chunqui y Silva (2016), desarrollaron una investigación: *“La certificación como garantía en el proceso de producción de aguaymanto fresco de una empresa cajamarquina con vías de exportación al país de Alemania”*, en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrerlo en Cajamarca, la cual tuvo como objetivo identificar de qué manera certificar el aguaymanto fresco, permite el incremento en la rentabilidad en una empresa en Cajamarca para exportar al mercado en Alemania.

La investigación fue de tipo descriptiva, debido a que trabajaba sobre una realidad económica, sin tomar en consideración una muestra ya que se busca comprobar que la certificación garantiza la exportación del fruto al mercado alemán, basándose en información existente y datos reales. Se obtuvo como resultado que, si bien la empresa contaba con las herramientas necesarias para su certificación, era necesaria la implementación de capacitaciones, programas y talleres brindados sobre el proceso de certificación orgánica, de igual manera es necesario tener los requisitos y

cumplir con las exigencias de calidad para asegurar el bienestar del consumidor en el mercado de destino.

Quispe (2013), desarrolló una investigación: “*Análisis de la Cadena de Valor de la Papa Nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha – Provincia de Andahuaylas en Apurímac*”, en la Pontificia Universidad Católica del Perú en Lima. El objetivo del estudio permite determinar el alcance del desarrollo en la producción de la papa nativa, asimismo, reconocer a los actores que influyen en la competitividad de la cadena de valor del producto, en las localidades de Huayana y Pomacocha; la investigación tuvo un alcance descriptivo, para recolectar los datos se encuestó una muestra de 7 asociaciones de productores en los 2 distritos quienes agruparon cerca de 124 socios que conformaron la población.

La encuesta estuvo dirigida a los productores de papa por familia, las preguntas apuntaron a la caracterización familiar, conocer su grado educativo, tipos de cultivos, nivel de producción, características en la comercialización, frecuencia de consumo y tipos de acceso para recibir asistencia técnica; el investigador concluye que los precios de los mercados locales y mercados regionales es bajo, lo que no incentiva a los productores para comercializar el producto; por último, mencionaron que los actores de la cadena de producción de la papa nativa no se encuentran articuladas con los actores de la cadena de producción.

Schreiber (2012), desarrolló una investigación titulada: “*Estudio de prefactibilidad para la producción y comercialización de aguaymanto (Physalis*

peruviana L.) en condiciones de valles andinos” realizado en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque, el investigador menciona que el mercado peruano existen marcas de distintos frutos orgánicos tales como: fresa, durazno, melocotón, manzana, entre otros, aunque en la actualidad aparecieron distintas marcas que ofrecen productos en base a mermelada, donde incluye como materia prima el Aguaymanto. Menciona, además, que las exportaciones del aguaymanto como sus derivados han aumentado desde 2007 hasta 2011.

El mercado de los Estados Unidos presenta altos niveles de consumo, siendo el principal destino de exportación con 37% en el año 2011; por otro lado, existen mercados como Alemania y Canadá que desde el 2012 la exportación del producto calcula un valor FOB US\$ 198 mil con un volumen de 18 mil kg. Se concluye que el aguaymanto como fruto está en creciente demanda a nivel mundial y no solo como fruto sino como materia prima para diferente elaboración de productos terminados realizados para consumo y/o uso de público, en general.

Espinoza (2011), en una investigación: *“Aguaymanto para la exportación de la Región Cajamarca en Perú. El caso de la Asociación Provincial de Productores Ecológicos de Cajamarca- APPEC”*, realizado en la Universidad de Buenos Aires en Argentina, el estudio tuvo como objetivo describir cuáles fueron las innovaciones de la Asociación Provincial de Productores Ecológicos en Cajamarca (APPEC) y como influyen como modelo de negocio innovador frente al modelo tradicional. El estudio tuvo un alcance descriptivo y de diseño cuantitativa. Los resultados del estudio permitieron

reconocer que los micro y pequeños productores de aguaymanto trabajan de manera articulada con otros agentes de la cadena de valor, de esta manera, los productores, vienen mejorando las técnicas de cultivo permitiendo aumentar la calidad del producto. El investigador concluye que el crecimiento en la demanda del producto en el mercado nacional e internacional permiten que los productores la dependencia de trabajar de manera individual y calificar el aguaymanto como un producto con oportunidades de negocio para exportar al mercado internacional.

Durán, Fernández, Revello, Rojas y Ungaro (2010), desarrollaron un Plan de negocio denominado: “*Exportación de aguaymanto*”. El estudio presentó un análisis donde se observa al Perú como uno de los primeros productores de aguaymanto, asimismo, muestra las principales zonas productoras siendo Apurímac, Cuzco y el departamento de La Libertad. Por otro lado, en cuanto al mercado internacional Colombia es uno de los principales productores de aguaymanto, presenta un GAP igual 42% frente al 99% del Perú. En cuanto a la producción a nivel nacional los pequeños productores muestran niveles de 4% a 8%, con precio FOB de 12.6 dólares/kg. Por último, el investigador concluye que mediante la evaluación de Inversión en un escenario favorable muestra un VAN de 17,081 dólares, con una tasa de retorno TIR igual 202.4%, además de un Payback de 0.5 periodo. De este modo, el investigador recomienda la realización del proyecto de producción, comercialización y exportación hacia el mercado internacional.

Durán y Fernández (2010), presentaron un plan de negocio titulada: “*Exportación de aguaymanto*”. Los investigadores mencionan que el aguaymanto (*Physalis peruviana*) es una fruta muy valorada en el mercado internacional, no solo por su versatilidad en actividades culinarias y su exótica apariencia y sabor, sino también por sus beneficios para la salud, destacando entre otros su capacidad antioxidante, mejora el sistema inmunológico y previene el cáncer. Se concluye que uno de los factores que permiten el éxito en el campo de las ventas fue el conocimiento de las características demográficas del mercado, y el mercado de California tiene aspectos significativos referente a la composición étnica y concentración poblacional.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Factores claves de Producción

López (2002), indica que los factores de producción se individualizan en un proyecto de investigación, de este modo, si no se identifica no puede determinar cómo competirá en el mercado, ni porque los clientes elegirán el producto en vez de la competencia. Para determinar los factores críticos de éxito, necesita una comprensión profunda del negocio para comprender qué procesos o atributos diferencian su producto y/o servicio y qué procesos o atributos deben dominarse por completo para crear una ventaja competitiva.

De este modo, es necesario para el productor de aguaymanto, el conocimiento pleno de sus factores claves de producción para reconocer cuál es su ventaja competitiva frente a las demás

organizaciones que se encuentran en el mercado. Es sobre todo importante porque en base a ello podrán potencializar sus ventas y logrará posicionarse en el mercado internacional, tomando en cuenta que actualmente el producto es una fruta agradable y consumido en el mundo.

1.2.1.1 Capacitación

Chiavenato (2011), menciona: *“La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”*

Rodríguez y Morales (2008), afirman también que *“la capacitación como herramienta busca un cambio positivo en la empresa y tiene como misión principal ayudar a mejorar el presente y a establecer una ruta para el futuro mediante un proceso cíclico y constante enfocado al capital humano de las organizaciones”*. Koontz y Weihrich (2012) indicaron que para alcanzar los objetivos se deberían de utilizar sus recursos en cantidad controladas.

Por lo tanto, el proceso para implementar programas de capacitación requiere métodos que en ocasiones son pasados por alto por las micro y pequeña empresa, debido a lo complejo que son los procesos en los que se realizan a cabo, la cantidad de trabajadores que los conforman, los presupuestos que

utilizan o simplemente el tipo de cultura que presenta la organización que los elabora.

Siendo necesario en cualquier empresa o asociación, que el talento humano se capacite en conocer el procedimiento que se efectúan para la ejecución de las etapas en la elaboración de manera en que existen mejoras en base a las labores que realizan y puedan plantear el futuro de la asociación. De igual manera, las capacitaciones exigen cierta inversión de tiempo, por parte de la asociación, debido a que son recibidas por los representantes de la asociación y replicar a otros integrantes de la misma.

Rocha y Tafur (2018), indicaron que los agricultores que fueron capacitados en la elaboración del cacao orgánico indicaron cosechar más kilogramos en cacao orgánica, lo que se tradujo en mayores niveles de producción, seguido de mejor calidad del grano, además, 8% recibió más resistencia. enfermedad. Los beneficios obtenidos por los productores dependen en medida en que se apliquen buenas prácticas agrícolas en la producción del cacao orgánico, debido que la mayoría de los productores lo utiliza en parte por las razones mencionadas anteriormente.

Considera que la dimensión capacitación es importante en el caso de los productores, independiente de pertenecer o no a una asociación y es una dimensión que puede generar

una mejora visible en cuanto a la calidad y cantidad de producción del fruto, partiendo de los niveles de aplicación de la capacitación recibida en las buenas prácticas de agricultura.

Vélez (2011), comenta que La creciente competencia internacional obliga a las organizaciones a conseguir altos niveles y estándares de calidad. Un instrumento que ayuda a mejorar la calidad del producto es la formación continua de los empleados. La capacitación puede aumentar la competitividad, mejorar la gestión de conflictos (crear una actitud más positiva) y ayudar en la toma de decisiones y la resolución de problemas. La formación de trabajo en equipo, las técnicas de mejora estadística y otros aspectos también ayudan a mejorar la calidad del producto.

La capacitación es una dimensión no sólo para las empresas, sino incluye además para las asociaciones y los productores del aguaymanto. Mediante este proceso se apoyará en la mejora continua, el desarrollo de las buenas prácticas de agricultura, aumento en la calidad y cantidad de producción y su competitividad, permitirá mejorar su desempeño frente a competidores directos y productores que no pueden o no desean acceder a las capacitaciones.

Indicadores de la capacitación

Calificaciones:

Billikopf (2006), indica que Los capacitadores emplean métodos de enseñanza individuales. Se crearon pruebas para medir el nivel de aprendizaje en cada sección. Debido a las altas expectativas depositadas en los participantes (deben obtener como menos 8 bajo una escala del 1 al 10), permitiendo repetir las pruebas tantas veces como fuera necesario para aprobarlas. Algunos colaboradores no quedaron satisfechos con el 8 y volvieron a realizar la practica hasta que consiguieron el 10 para pasar al siguiente paso.

Los empleados ganan confianza a través del refuerzo favorable de su excelente trabajo y una mayor comprensión de los materiales empleados. De lo contrario, si los sujetos que participan no tienen la oportunidad de evidenciar sus conocimientos y los progresos, la capacitación puede desalentarlos, especialmente si la capacitación es aburrida y lenta o demasiado rápida; presentar malas notas a los estudiantes solo bajará su autoestima.

Las calificaciones son importantes para reconocer cuánto es lo que han podido captar de los conocimientos impartidos en base a la capacitación, lo mismo que les permitirá reconocer si es que no han podido receptar la información entregada de manera idónea y efectiva. De igual manera, se

debe buscar que los productores se encuentren a gusto en el proceso de capacitación y que no lo sientan de manera pesada y lenta, porque perjudicará el aprendizaje.

Cobertura:

Ruiz (2014), menciona que seleccionó el aguaymanto como fruta principal para procesar y deshidratar conservando sus propiedades nutricionales, el proceso describe la situación y el nivel de la demanda internacional para identificarlo en el mercado, siendo oportuno para exportar y obtener rentabilidad con un alta tasas de retorno según el tamaño de la inversión.

Se debe considerar que el intercambio comercial desde el Perú con otros países ha resultado beneficioso para los productores y empresarios, incrementándose en los últimos periodos, obteniendo utilidades para el desarrollo del país.

Tiempo:

Billikopf (2006), afirma que la selección cuidadosa del personal puede reducir significativamente el tiempo necesario para la capacitación. Aunque, este proceso, es posible que los supervisores deban actuar como entrenador. La mayoría de los empleados eligen tareas que facilite ampliar sus experiencias y conocimiento. Las necesidades de formación pueden reflejarse en datos de contratación; evaluar el desempeño; habilidades, experiencia y los conocimientos de los empleados; introducir nuevos y mejores métodos de trabajo, máquinas u equipos.

Esto quiere decir que el tiempo será uno de los indicadores con mucha importancia debido a que podrá influir de manera directa en los conocimientos y el desempeño que tengan los productores de manera futura en cuanto a la actividad productiva que se irá a realizar y los resultados y mejoras que se obtendrán por la aplicación de conocimientos adquiridos.

1.2.1.2 Asociatividad

Canaza (2014) define asociatividad como herramienta que permite enfrentar al mercado mundial y la creciente competencia. En la actualidad, se considera como estrategia para obtener competitividad empresarial, asimismo, estos modelos vienen siendo aplicados.

Según Rosales (2007), la asociatividad es una herramienta de cooperación entre 2 o más empresas, en donde cada integrante que participa mantiene su propia independencia jurídica, además de su autonomía gerencial, por otro lado, tiene decisión para integrarse de manera voluntaria con otros sujetos que comparte objetivos comunes.

En la actualidad es considerada un factor característico de ellas, para su desarrollo, obtener participación en el mercado, mejorar su rentabilidad, productividad y contribuir en la creación de una red de soporte para beneficiar a otros

participantes y genera oportunidades de inversión en nuevos mercados.

Colmenares y Delgado (2003), la asociatividad genera beneficios al productor frente a la creación o promoción de oferta exportable. Debe considerarse, además, el nivel de competitividad del mercado y el soporte que brinda una de estas asociaciones para los productores que inicialmente eran informales o no contaban con un grupo de trabajo definido.

En base al análisis de la cadena de valor el aguaymanto en el departamento de Cajamarca se percibe que:

- Las asociaciones intervienen en el incremento del empleo y asegurar el ingreso económico en las familias que producen aguaymanto, además de obtener productos similares que provienen de la biodiversidad cajamarquina y sostenible.
- La asociatividad incrementa y mejora los niveles de competitividad en el mercado que se manejaba previo a su formación. De manera que aumentarán el nivel de calidad no solo de su labor productiva, sino que también mejorarán los ingresos de la canasta familiar.

Ferrando (2015), afirma que la asociatividad está enfocada para realizar negocios entre los productores agropecuarios, siendo necesario para el desarrollo de la competitividad en el Perú, debido que repercutiría en

incrementar las utilidades y mejorar las condiciones de vida de las personas que se muestran condiciones de pobreza.

De este modo, la asociatividad se considera una dimensión que permite a los productores de Vinchos acceder a programas de capacitación (por parte del estado y/o de empresas privadas), contar con mayor conocimiento en prácticas agrícolas, mismo que a partir de su aplicación en la producción aumenta la cantidad y calidad del producto, permite acceder a programas de financiamiento por parte del Estado y analizando a diferente escala, podrá haber mejoras en su calidad de vida.

Mincetur (2013), indica que la asociatividad es una herramienta de colaboración entre las pequeñas y medianas empresas. En donde cada participante mantiene su propia independencia jurídica, además de tener autonomía gerencial. Las mismas deberán decidir su participación de manera voluntaria junto con otras empresas para alcanzar objetivos comunes.

Para la *“Asociación de Productores de Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay”*, los productores cuentan con apoyo directo del MINAGRI, para mejorar su producción y la calidad comercial del fruto que producen.

Quillahuamán y Carasas (2018), señalaron que las actividades de las asociaciones son necesarias para mejorar la oferta y son de suma importancia capacitar en el manejo y utilización del recurso natural, de manera que se pueda mejorar la producción en la cadena de abastecimiento.

Los productores realizan su labor con conocimiento que proviene de sus antecesores y para satisfacer las necesidades de sus familiares, la asociatividad podría ayudar mucho en la mejora de sus prácticas y la capacitación es fundamental para que ejerzan de la mejor manera su compromiso y logren mejores cosechas. De manera que puedan realizar mejor su labor y cuenten con mayor competitividad en el mercado frente a sus competidores.

Vásquez y Zapata (2015), señalan que el manejo de agroexportación por parte de los pequeños productores está en desarrollo puesto a que la mayor parte de ellos cuenta con muy poco conocimiento del tema y existe falta de financiamiento de parte de las entidades financieras para exportar el producto, siendo un factor importante que limita la producción y los niveles de exportación del mismo.

Los productores se desempeñan en las actividades de exportación, aunque no cumplen de manera concreta los requerimientos que exige la competitividad del mercado y aún

tienen bastantes carencias en base a conocimientos y financiamiento para lograr un correcto desempeño.

Rocha y Tafur (2018), señalaron que la asociatividad en comparación con los productores no afiliados, esto permite que los productores afiliados reciban más capacitación y/o asistencia técnica, lo que se traduce en mayores rendimientos por hectárea. hectáreas, por lo tanto, mejoró el rendimiento y la calidad del grano.

La asociatividad ofrece al productor mayor accesibilidad a programas de inducción y/o capacitación técnica, permitiendo obtener mayores instrumentos y conocimientos, mismos que facilitan mejorar su desempeño en cuanto a la producción y marcar un diferencial con respecto a los productores que no pertenecen a una asociación.

1.2.1.3 Tecnología

Porter (2012), menciona que el desarrollo de los países depende de la capacidad de sus empresas para la innovación de sus procesos en base a la tecnología; estas empresas, a su vez, obtienen ventajas competitividad frente a sus competidores.

Peñaloza (2007), para incrementar la producción se requiere identificar los factores son esenciales para que la tecnología y la innovación destaquen. Estas y otras fuentes

determinan la competitividad de industrias o empresas específicas y crean la competitividad del país en su conjunto.

Por lo que se deduce que la tecnología es considerada una fuente que determina la competitividad de un sector. Aplicándose en el caso de la asociación, se observa que la implementación de la tecnología podrá atraer mejoras en el proceso productivo del aguaymanto.

Pérez y Merino (s.f.), indican que la tecnología agropecuaria está compuesta por técnicas, aparatos y conocimientos que permitan su uso en tareas ganaderas y agrícolas. La misma que incluye una variedad bastante diversificada de máquinas, trabajos e incluso evaluaciones que incrementen la efectividad.

Entendemos entonces que hay diversos implementos que son considerados tecnología y que pueden ser utilizados para el proceso productivo del aguaymanto. La misma que permitirá contar con una mejor producción, de manera más eficiente que la desempeñada inicialmente y presentando un cambio positivo en la calidad del producto ofrecido.

Transferencia de tecnología

Román (2015), señala que necesariamente, previo a la adopción de las tecnologías, se capacita a los productores e implementar su terreno de trabajo, de manera que ellos podrán

ser asesorados en temas agropecuarios de 4 formas: Transferir tecnologías relacionadas con sistemas de producción agrícola y ganadera de mayor envergadura y mejorar las habilidades y los conocimientos de las personas para seleccionar las prácticas de gestión de la producción más eficaces; mejorar las condiciones de vida en las zonas rurales para garantizar la seguridad alimentaria, aumentar los ingresos de los agricultores, aumentar la gestión de la nutrición y la educación y centrarse más en las personas más pobres de las zonas rurales y fortalecer la gestión de los recursos naturales.

Al sintetizar la información se puede concluir que la tecnología aporta de manera importante a la mejora de los conocimientos del talento humano en base a la actividad que realizan y el mejoramiento de la competitividad del mercado, el cual permite que los productores puedan gestionar su producción de manera más eficiente, pasando por un proceso de capacitación previa, lo mismo que se verá reflejado en la calidad de vida de los agricultores y la sostenibilidad en el desarrollo de sus productos.

La industria de la quinua muestra que uno de los puntos débiles de la industria de la quinua es: falta de maquinaria de siembra y cosecha, altas pérdidas de cosecha a mano, falta de comercialización generadora de valor de la quinua, el Perú

exporta sus productos naturales a países como: USA y reexportaciones de valor agregado.

Al sintetizar la información podemos resaltar que al igual que en la quinua el aguaymanto también tiene como debilidad la falta de uso de la tecnología, ya que al ser un producto nuevo tiene estas debilidades en el mercado internacional que pueden perjudicar de forma indirecta.

Mapfre (2020) indica que se está inmerso en la era de la transformación digital, las empresas se están adaptando a las nuevas tecnologías que cambian la forma en que hacen (y entienden) los negocios. Estas tecnologías son esenciales no solo para aumentar la productividad organizacional (uno de los objetivos de las estrategias comerciales), sino también para aumentar la satisfacción y el compromiso de los empleados.

Productividad

Huaranga y Robles (2017), indicaron que el desarrollo económico en el Perú está influenciado en la productividad de su capital de trabajo. Las mismas que exigen una mayor inversión, con mejor criterio para la mejora del uso de los recursos asignados. Por lo tanto, pueden concluir que el crecimiento económico del Perú está influenciado como factor de la productividad total siendo alta.

Podemos entonces concluir en que la inversión es de carácter importante para lograr la productividad, ya que la misma podrá reforzar las variables de capital y trabajo para lograr mejores resultados en cuanto a los procedimientos realizados para producir un bien o servicio sea cual fuere el caso. Se observa que el crecimiento de nuestro país se ve influenciado por la productividad de manera directa.

Ibujés y Benavides (2017), mencionaron que estas medidas incrementarían la productividad si se invirtiera en inversiones tecnológicas y en la modernización y adición de maquinarias y equipos, lo que podría fortalecerse si Ecuador contará con un marco legal que favorezca el desarrollo industrial de las pyme.

De este modo, implementar insumos tecnológicos y modernizar las prácticas agrícolas con maquinaria y/o equipos en los procesos productivos, estos conllevarán a un impacto positivo en la producción, lo que permitirá tener un mejor desempeño en calidad y cantidad producida.

1.2.2 Oferta exportable

Peceros (2016), menciona que es posible desarrollar una gama exportable de productos derivados de la biodiversidad indígena propiedad de Biocomercio. La demanda para respaldar los productos de Biocomercio ha aumentado y se espera que continúe creciendo entre un 15 % y un 20 %, lo que se suma a los factores de adquisición

que los proveedores deben considerar para que los consumidores compren productos.

En este contexto se entiende que los frutos nativos cuentan con potencial para ofrecer oferta exportable de manera alta, sin atentar el medio ambiente y buscando valor agregado, puesto que lo exportado en el país son productos tradicionales y con tendencia en el mercado internacional por las buenas prácticas, necesidad de consumir alimentos orgánicos y el aumento por preocuparse en la salud de personas, que si bien siempre ha sido importante, no demarcaba las tendencias de consumo hace algunos años atrás.

Minagri (2019), señala la demanda de productos orgánicos siendo una actividad que fluye en mercados exteriores. De este modo, es necesario destacar la participación del aguacate en 2018 como producto principal.

De este modo, las agencias asociadas a la industria con estos resultados se involucran para seguir colaborando con la agricultura a desarrollar y promover los productos que comercializa a los consumidores. Dado lo anterior, el contexto prevalece la importancia de la agroexportación en el Perú, en general, reflejan el desarrollo del país como exportador de frutas y hortalizas, entre ellas la palta Hass. Con la ayuda del presente estudio, Perú ha exportado una gran cantidad de este producto a varios países y alcanzó volúmenes aún mayores en el 2018, lo que se considera un auge en las exportaciones a países asiáticos como China. Por esta razón, la correlación es importante

como variable de investigación debido que busca desarrollar la industria agroexportadora enfocándose en insumos exportables, promociona el producto y posibilita la expansión a otros mercados.

1.2.2.1 Apertura comercial

Carbaugh (2009), indica que el objetivo de la apertura económica parte en reducir las barreras para el intercambio de productos y servicios entre diferentes países. La finalidad es promover la libre competencia facilitando el ingreso de competidores extranjeros al mercado y la atracción de talento, mano de obra e inversión del exterior.

Por lo que entiende que la apertura comercial aportará grandes beneficios a las Asociaciones y empresas que deseen ingresar al mercado internacional, debido a que elimina barreras para el intercambio comercial, permite expandir la cartera de consumidores y empresas importadoras del producto podrán adquirirlos.

Recalde (2012), menciona en un producto gourmet en los mercados de gobiernos desarrollados se caracterizan por comercializar productos sintéticos, pero están abriendo mercados los productos naturales u orgánicos, ganando así una ventaja competitiva, permitiendo que sus precios generen más utilidad, lo que sugiere que la exportación de derivados o subproductos del aguaymanto es rentable.

En este contexto la comercialización del aguaymanto se encuentra en estado creciente y que es un producto competitivo innato que le permitiría posicionarse en los mercados internacionales ganándose un espacio dentro de otros productos y que estos generarían una mayor utilidad para los productores.

Vásquez y Zapata (2015), señalan que el manejo de agroexportación por parte de los pequeños productores está en desarrollo puesto a que la mayor parte de ellos cuenta con muy poco conocimiento del tema y existe falta de financiamiento de parte de las entidades financieras para exportar producto, lo cual es un importante factor que limita su producción y posterior exportación.

De este modo, los productores intentan desempeñarse en las exportaciones, aún no cumplen de manera concreta los requerimientos que exige la competitividad del mercado y aún tienen bastantes carencias en base a conocimientos y financiamiento para lograr un correcto desempeño.

1.2.2.2 Posicionamiento en el mercado

Lozano (2008), señala que el mercado internacional de frutas y verduras frescas ha mostrado dinamismo en los últimos periodos, impulsado por cambios en las preferencias del consumo. El aguaymanto es una fruta exótica con creciente en el mercado internacional, aunque no cuentan con el respaldo

técnico que les facilita posicionarse en el mercado hortofrutícola.

Como único factor favorable, la calidad del producto, porque como ocurre con otros productos hortofrutícolas en el país, las limitaciones en cantidad, apariencia y su continuidad en producción se han convertido en grandes obstáculos.

En este contexto, no es suficiente que el producto sea bueno se debe evaluar al mercado destino, pero también a los mercados competidores con una serie de estrategias que nos permita posicionarnos y evitar el cuello de botellas.

Schreiber (2013) señala que en estos tipos de producciones se requiere menos cambios en los métodos de producción de los agricultores de montaña, ya que se utilizan pocos o ningún producto químico agrícola en el trabajo agrícola. Se necesita información sistemática sobre los mercados de destino durante la exportación de aguaymanto, así como medidas para promover la demanda de la fruta.

La identificación de mercados es de vital importancia debido que sirve a las organizaciones para conseguir un mayor posicionamiento en el mercado a través del manejo de estrategias comerciales.

1.2.2.3 Producto competitivo

Fleitman (2000), indica que Una oportunidad de negocio se define como una herramienta clave y esencial para el éxito y consiste en una serie de actividades y directrices de iniciación o desarrollo empresarial interrelacionadas para facilitar la creación o el desarrollo de un negocio.

Las empresas esperan obtener ganancias mediante la comercialización de sus productos es por ello que buscan internacionalizar sus productos, pero para tener éxito es fundamental competir a base de estrategias analizando cada factor clave que te permita visualizar el mercado internacional.

Cubas (2017), indica que La competitividad del aguaymanto en el Perú del 2008 al 2016 ha sido a favor del Perú, y para un estudio objetivo es necesario organizar los datos operativos de las variables como el comercio internacional y la competitividad, segmentarla según sus componentes e identificar indicadores como: cantidad, valor, precio volumen de importación y exportación. Los indicadores seleccionados para las variables de competitividad son la productividad y los costos unitarios de producción. Finalmente, el principal hallazgo es que el comercio internacional y la competitividad del aguaymanto fue favorable para Perú durante el período 2008-2016.

El aguaymanto es una fruta exótica competitiva innato admirado por muchos países y que su exportación sólo beneficiaría de manera positiva siempre y cuando se analice cada factor y se empleen y ejecuten las estrategias necesarias.

1.2.3 Aguaymanto

Definición Aguaymanto

Camacho y Sanabria (2005), afirma que El aguaymanto presenta propiedades fisicoquímicas y organolépticas que permiten la elaboración de nuevos productos procesados con altos rendimientos. El peso promedio es de 4 a 5 gramos, el contenido promedio de pulpa es cercano al 85 %, incluida la cáscara hasta el 94%, los sólidos solubles de la fruta son de aproximadamente 14° Brix (los sólidos solubles se expresan como porcentaje de sacarosa), la acidez titulable es en limones. La acidez promedia entre 1,3 y 1,8%, el contenido de pectina es moderado en comparación con otras frutas comunes aptas para uso industrial.

Presentación del Aguaymanto

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2009), en el mercado nacional las exposiciones más comunes de aguaymanto procesado son mermeladas, salsas, deshidratados, jarabes, mientras que en el mercado internacional los clientes se interesan por mermeladas, salsas y pulpa de aguaymanto a granel.

Por ello se considera al aguaymanto como una fruta potencial para el mercado extranjero debido que su venta puede ser de muchas

formas, y eso a todos los exportadores peruanos nos beneficia en todos los sentidos económicos - laborales.

Demanda del Aguaymanto

Actualmente, la demanda del aguaymanto ha crecido significativamente. Por otro lado, Colombia, que es el mayor productor y exportador de estas frutas, incrementa sus exportaciones con respecto a años anteriores, debido a que existe una alta demanda de estas frutas en el exterior.

Promperú (2021), expone que Actualmente, la mayor demanda de aguaymanto se encuentra en los mercados europeo y americano. Sus principales consumidores son Gran Bretaña y Alemania. Conocido como un superalimento en estos mercados, energiza a niños, estudiantes y atletas al proporcionar nutrientes y vitaminas esenciales, así como altas cantidades de proteínas y fósforo, que son importantes para una mejor nutrición y función de los órganos. Cabe destacar que esta super fruta es considerada uno de los cinco principales alimentos producidos en Perú por sus beneficios para la salud.

Consideramos entonces, que el fruto nombrado en el presente estudio cuenta con gran atractivo en el mercado internacional, cuenta con un alto aporte nutricional y debido a los cambios en las tendencias de consumo, debido que, actualmente, un mayor porcentaje de consumidores busca contar con una alimentación más balanceada y centrada en la salud, presentando un alto potencial para incrementar el

volumen de exportación, buscando posicionar al país como uno de los primeros exportadores, como materia prima y/o producto terminado.

1.3 Definición de términos básicos

1. Asociatividad:

Refiere a personas o empresas que se unen voluntariamente para actuar en conjunto para lograr un objetivo común que no podrían lograr por separado.

2. Capacitación:

Son actividades diseñadas para desarrollar y proporcionar mejoras en las habilidades de una persona para instruirla para desempeñarse adecuadamente en un trabajo determinado.

3. Competitividad:

La capacidad de una organización para ser rentable en comparación con los competidores en el mercado se sujeta en relación del valor y el volumen de producción ofertado con las materias primas utilizadas.

4. Oferta Exportable:

Entendida como una empresa que posee el producto que el cliente desea y satisface el mercado objetivo. Se debe tener en cuenta el impacto en las capacidades económicas, financieras y de gestión de la empresa.

5. Productividad:

Se define como la relación del resultado de una producción en base a los recursos que fueron utilizados para dicha producción.

6. La productividad empresarial:

Refiere al resultado de las actividades que se llevan a cabo por una empresa con la finalidad de alcanzar metas teniendo en cuenta los recursos utilizados.

7. Tecnología:

Incluye todas las actividades de apoyo al proceso desarrollado en una determinada unidad de producción para incrementar su productividad y rendimiento.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis general y específicas

2.1.1 Hipótesis General

Los factores claves de producción se relacionan directamente con la oferta exportable en los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho, 2019.

2.1.2 Hipótesis Específicas

1. La capacitación se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho, 2019.
2. La asociatividad se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho, 2019.
3. La tecnología se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho, 2019.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1 Variable 1: Factores claves de producción

Definición operacional:

Los factores claves de producción es una variable independiente que permitirá evaluar la percepción de los productores de aguaymanto desde sus 3 dimensiones, se identifica a través de tres niveles: (1) Capacitación, (2) Asociatividad y (3) Tecnología.

Las mismas que se medirán en un cuestionario estructurado aplicando una escala de Likert de cinco puntos señalando: 1=totalmente en desacuerdo; 2=en desacuerdo; 3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=de acuerdo y 5=totalmente de acuerdo), valores que seleccionaran todos los sujetos que integran la muestra aplicados en la encuesta.

Dimensiones de la variable 1:

D1: Capacitación

D2: Asociatividad

D3: Tecnología

2.2.2 Oferta Exportable

Definición operacional:

La oferta exportable es una variable dependiente que permitirá evaluar la percepción de los productores de aguaymanto desde 3

dimensiones, se expresa a través de tres niveles: (1) Producto competitivo, (2) Apertura comercial, y (3) Posicionamiento.

Las mismas que se miden en un cuestionario estructurado con una escala de Likert de 5 puntos señalando: (1) totalmente en desacuerdo; (2) en desacuerdo; (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo; (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo), valores que seleccionaran todos los sujetos que integran la muestra aplicados en la encuesta.

Dimensiones de la variable 2:

D1: Producto competitivo

D2: Apertura comercial

D3: Posicionamiento

Tabla 1:
Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Likert 5 Puntos
Factores claves de producción	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura. • Tiempo. • Calificaciones. 	(1) totalmente en desacuerdo; (2) en desacuerdo; (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo; (4) de acuerdo (5) totalmente de acuerdo)
	Asociatividad	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de participación • Nivel de investigación • Nivel de seguimiento 	
	Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen • Calidad • Productividad 	
Oferta Exportable	Producto competitivo Apertura comercial Posicionamiento	s/indicadores	

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Enfoque de investigación:

Sampieri (2014), el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas. En el enfoque cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2017), consiste en el contraste de teorías existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Se aplica un enfoque cuantitativo debido que se basa en la recolección de datos, basado en la medición numérica y el análisis estadístico, por el cual se puedan establecer patrones de comportamiento y se puedan probar teorías, asimismo, se investigará acerca de los factores claves de producción, los mismos que pueden medirse y cuantificarse, tienen incidencia en los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos en la Región Ayacucho.

Tipo de investigación:

Se denomina investigación práctica o empírica, se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. Murillo (2018). En estas investigaciones, se busca resolver un problema conocido y encontrar respuestas a preguntas específicas, enfatiza la resolución práctica de problemas, se puede utilizar para obtener información sobre el mercado, los competidores y los clientes. Hernández (2016).

Alcance de investigación:

En los estudios de alcance correlacional implica trascender el nivel descriptivo, profundizando en el análisis acerca de las formas en que se relacionan las variables y grupos de variables. Este tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre 2 o más variables, miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba. Sampieri, (2017).

La investigación realizada será correlacional debido a que la relación entre las variables demostradas determinará el grado de influencia de relación con sus factores que se han determinado a lo largo del estudio.

Diseño de investigación:

Las investigaciones no experimentales es la búsqueda empírica y sistemática, el investigador no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o que son inherentemente no manipulables. Según Sampieri (2015), el diseño no experimental se realiza sin manipular deliberadamente variables, se basa en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

La investigación tendrá un diseño no experimental, debido que se busca la objetividad de manera íntegra en todos los procedimientos realizados sin que se manipulen de manera deliberada las variables utilizadas, de manera en que se podrán observar los fenómenos que se presenten en su contexto natural, para posteriormente ser analizados.

En cuanto a la unidad de investigación estuvo determinada por los productores de aguaymanto del Distrito de Vinchos, Región Ayacucho, en el año 2019. Los cuales, en la actualidad, están constituidos por 40 productores. Los mismos que serán analizados y estudiados durante todo el estudio de investigación.

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La investigación tiene una población constituida por el número total de productores integrantes de la *“Asociación de Productores de Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay”*, de la Región Ayacucho.

Los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos en Huamanga Ayacucho, reconocer al cultivo como una nueva alternativa de negocio para mejorar el sustento de las familias y fortalecer el desarrollo de la Región. En cuanto a la población se encuestaron a 40 productores que conforman 31 hombres y 9 mujeres quienes integran la *“Asociación de Productores de Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay”*, siendo los primeros beneficiarios del programa de compensación de competitividad según MINAGRI (2018).

Criterios de inclusión y exclusión:

- Serán incluidos los productores pertenecientes a la “*Asociación de Productores de Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay*”.
- Se excluyen de la muestra a los productores inactivos pero inscritos en la asociación.

3.2.2 Muestra

La muestra es igual a la población, teniendo en cuenta que la población es menor a 50 personas.

El muestreo del estudio será no probabilístico, en este tipo de muestreo el investigador identifica una muestra guiada en su juicio subjetivo, dejando de lado la selección al azar. De este modo, el tamaño de la muestra es igual a 40 sujetos.

3.3 Técnicas para la recolección de los datos

El estudio utiliza como técnica de levantamiento de datos una encuesta.

El instrumento estuvo dirigido a los 40 productores que integran la Asociación de Productores de Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay, del distrito de Vinchos en la Región de Ayacucho. El instrumento fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, conveniente por ser los más completos además de brindar la información necesaria para la realización del trabajo de investigación. La selección de las respuestas se utiliza una escala de Likert de 5 puntos siendo:

1=Totalmente en desacuerdo; 2=En desacuerdo; 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=De acuerdo; por último 5=Totalmente de acuerdo.

3.3.1 Confiabilidad del instrumento

Para determinar el nivel de confiabilidad, se aplicó el valor Alfa de Cronbach, para se emplea el software estadístico SPSS versión 26.

Análisis Alpha de Cronbach

Tabla 2:

Interpretación del coeficiente de confiabilidad del instrumento

Rangos	Consistencia de instrumento
$0.90 \leq \alpha \leq 1.00$	Excelente
$0.80 \leq \alpha \leq 0.90$	Bueno
$0.60 \leq \alpha \leq 0.70$	Aceptable
$0.50 \leq \alpha \leq 0.60$	Pobre
$0.00 \leq \alpha \leq 0.50$	No aceptable

Fuente: Hernández, (2014)

Tabla 3:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° Elementos
0.837	37

El valor Alfa de Cronbach presenta 37 elementos quienes conforma los ítems de la encuesta, con un coeficiente de 0.837, demostrando que presenta buena consistencia interna en una escala unidimensional, indicando que cuanto se acerca a su valor máximo 1,

mayor será la confiabilidad del instrumento. Por lo tanto, se confirma que el instrumento es válido para para las mediciones correspondientes.

3.3.2 Validez del instrumento

Para la medición de la validez del instrumento, se aplicó como técnica del criterio de jueces expertos, siendo profesionales con experiencia en el campo de los negocios internacionales y docentes de pregrado de la Universidad de San Martín en Santa Anita.

Los expertos evaluaron la suficiencia, claridad y coherencia de las preguntas del instrumento, asimismo, recomendaron cambiar algunas preguntas de la encuesta, agregar conectores y mejorar la sintaxis de los ítems con la finalidad de obtener respuestas que permitan conocer la realidad problemática de la investigación.

Tabla 4:

Validación del instrumento mediante juicio de expertos

Nombre	Sector	Resultado
Mg. Ricardo Minaya Cañarí	Docente Pregrado	Valido
Mg. Luis Romero Echevarría	Docente Pregrado	Valido
Mg. Víctor Andrade Soto	Docente Pregrado	Valido

Fuente: Elaboración propia

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

A continuación, la investigación utiliza los siguientes procedimientos:

1. Se realizó las encuestas dirigido a la muestra en un cuestionario físico.
2. El instrumento empleado fue un cuestionario con una escala de Likert.
3. Se tabuló los resultados en una matriz de tabulación desde Excel.

4. Los datos tabulados de la encuesta se exportaron al programa SPSS.
5. Se aplicará el análisis descriptivo y correlacional según las hipótesis de estudio, empleando el programa SPSS versión 25.

3.5 Aspectos éticos

El trabajo de investigación se realizó contemplando los aspectos éticos que la Universidad de San Martín de Porres propuso, siendo cumplidas en toda la instancia, así como con el uso de información sin cometer plagio de información que se empleó.

La investigación cumplió los criterios éticos establecidos:

- Para conseguir información relevante del estudio de campo, se solicitó el consentimiento de los productores y las empresas investigadas.
- Por otro lado, la información brindada es verídica y de fuentes confiables citadas según normas APA 6ta. edición para cumplir con los parámetros de la originalidad y la propiedad intelectual.
- Asimismo, los resultados de la tesis serán de aporte para futuros estudiantes interesados en profundizar el problema de investigación.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

La investigación busca determinar qué relación existen con la variable factores claves de producción y la oferta exportable en los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho, se realizó el 11 de abril de 2019 en la misma localidad y se encuesta a 40 agricultores que se dedican en el cultivo de aguaymanto. El trabajo de campo se desarrolló utilizando una encuesta con una escala de Likert, aplicando como metodología un enfoque cuantitativo de alcance correlacional y de diseño no experimental.

Realizado el trabajo de campo se determina la influencia de la capacitación, asociatividad y tecnología en la oferta exportable. Finalmente, se observa que un mayor porcentaje de productores tienen mejoras en el proceso productivo del aguaymanto, a su vez, están exportando de manera indirecta, por medio de la empresa ayacuchana Wiracocha.

4.1.1 Descripción de la muestra

La muestra alcanzada fueron 40 agricultores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho que respondieron a las siguientes características:

Tabla 5:

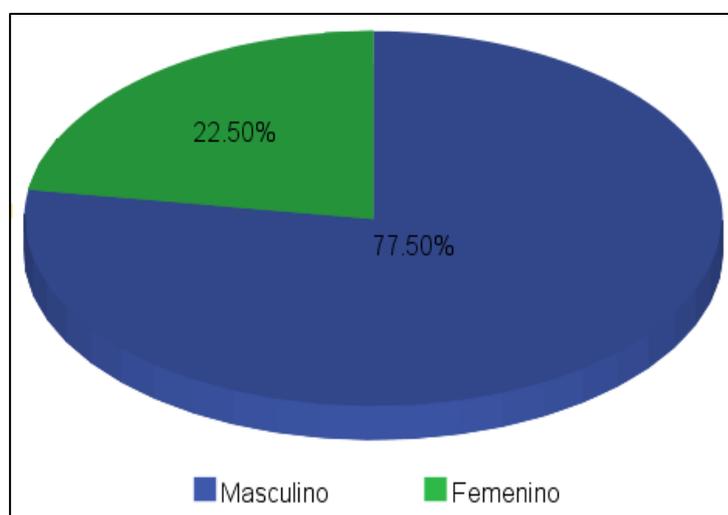
Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Masculino	31	77.50	77.50
Femenino	09	22.50	100.00
Total	40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 1:

Género de los encuestados según la muestra



Fuente: Elaboración propia

De 100.00% de la muestra se pudo determinar que 22.50% de encuestados son de género femenino, mientras que un 77.50% son de género masculino, es decir que existen mayores productores del género masculino; debido que en el Perú y según el IV Censo Nacional Agropecuario realizado por el INEI en 2012, indica que la mayoría de los productores agrícolas son hombres.

Tabla 6:

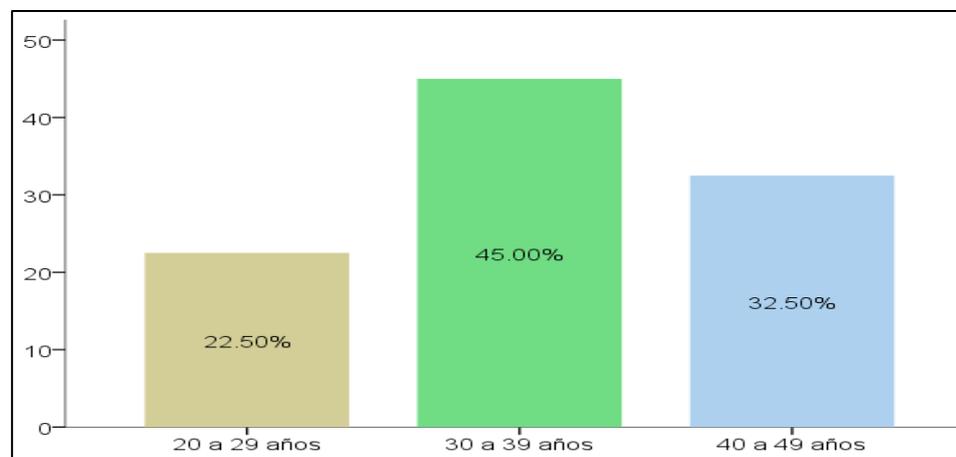
Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
20 a 29 años	09	22.50	22.50
30 a 39 años	18	45.00	67.50
40 a 49 años	13	32.50	100.00
Total	40	100.00	

Fuente: Elaboración propia

Figura 2:

Edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

De 100.00% de encuestados se muestra que 22.50% figuran en el rango de edad 20 a 29 años, mientras que 45.00% se ubican en el rango de edad de 30 a 39 años, por último, 32.50% en el rango de 40 a 49 años, es decir, que en la muestra predomina el rango de edad 30 a 39 años.

Tabla 7:

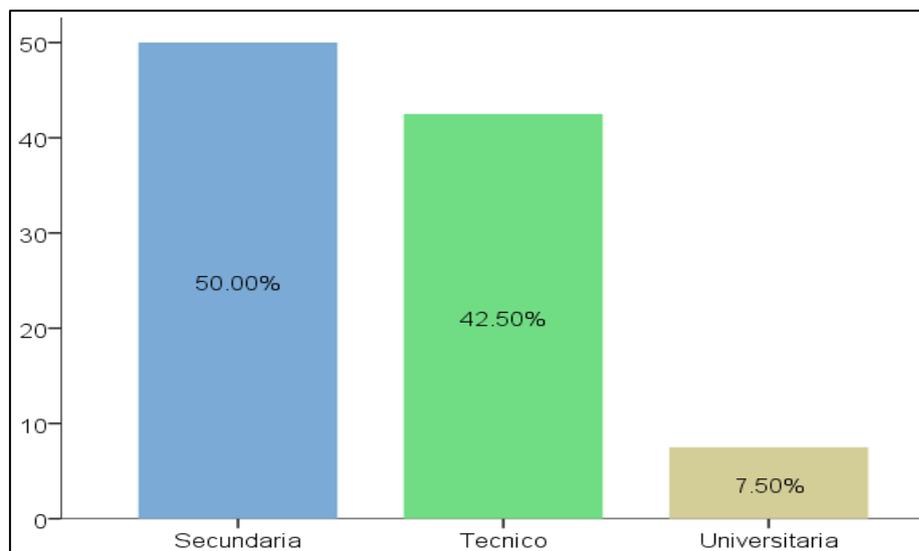
Nivel de estudios de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Secundaria	20	50.00	50.00
Técnico	17	42.50	92.50
Universitaria	03	7.50	100.00
Total	40	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3:

Nivel de estudios de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Del 100.00% de la muestra se observa que 7.50% cuenta con un nivel de estudios universitarios, seguido de un 42.50%, quienes alcanzaron un nivel de estudios técnicos, por último, el 50% quienes solamente terminaron el nivel de estudios secundarios, por lo que se infiere que según la muestra predomina el nivel secundario como nivel de estudios obtenidos.

4.1.2 Análisis exploratorio de las variables

Variable 1: Factores claves de producción

Tabla 8:

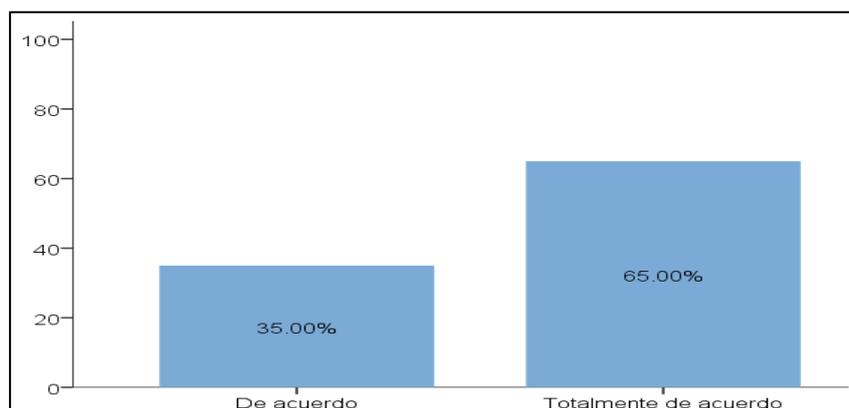
Variable factores claves de producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	14	35.00	35.00
Totalmente de acuerdo	26	65.00	100.00
Total	40	100.00	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4:

Variable factores claves de producción



Fuente: Elaboración propia

La interpretación para este instrumento de investigación para la variable independiente que lleva como nombre “Factores Claves de producción para la generación de oferta exportable”, en donde los productores de aguaymanto, 65 % se encuentra totalmente de acuerdo que las dimensiones: capacitación, asociatividad y tecnología generan oferta exportable para producir aguaymanto y exportar al mercado internacional. Por otra parte, 35.00% de los productores de aguaymanto se encuentran de acuerdo con que estos factores claves de producción

aumentan la oferta exportable del producto hacia el mercado internacional.

Variable 2: Oferta Exportable

Tabla 9:

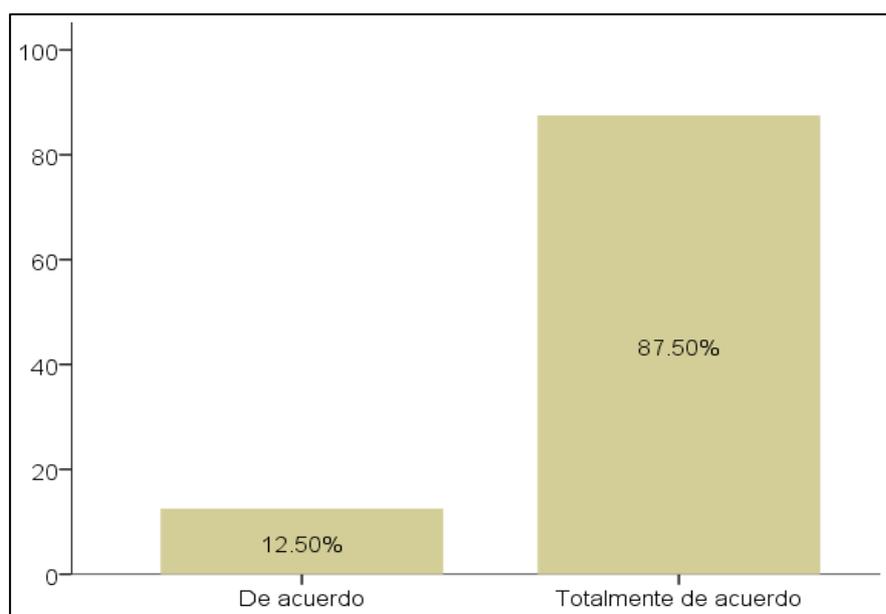
Variable Oferta exportable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	5	12.50	12.50
Totalmente de acuerdo	35	87.50	100.0
Total	40	100.00	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5:

Variable de la Oferta Exportable



Fuente: Elaboración propia

La interpretación del instrumento de investigación para la variable dependiente que lleva como nombre “Oferta Exportable”, del total de los productores de aguaymanto, un 12.50% se encuentra de acuerdo y 87.50% totalmente de acuerdo que los indicadores: producto competitivo, apertura comercial y posicionamiento en el mercado

permiten que el aguaymanto ingrese y se posicione de manera favorable en los mercados internacionales presentando productos de calidad.

Dimensiones de la variable 1: Factores claves de producción

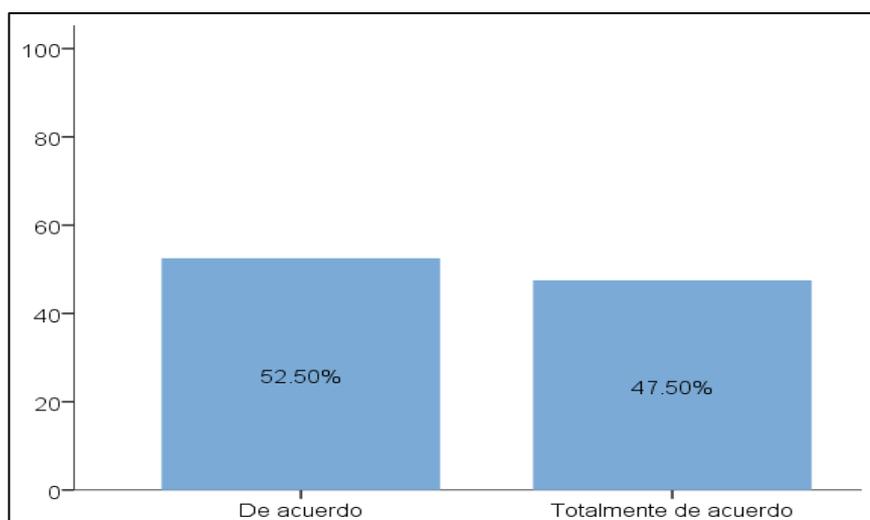
Dimensión 1: Capacitación

Tabla 10:
Dimensión Capacitación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	21	52.50	52.50
Totalmente de acuerdo	19	47.50	100.00
Total	40	100.00	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6:
Dimensión Capacitación



Fuente: Elaboración propia

En la figura 6, se observa que 47.50% de la muestra se encuentran totalmente de acuerdo y el 52.50% se encuentran de acuerdo en que la dimensión capacitación fue un factor clave de producción para la generación de oferta exportable el cual les permitió exportar el aguaymanto hacia el mercado internacional. De este modo un programa de capacitación que fue

brindada por el gobierno peruano y dirigida al productor de aguaymanto en la localidad Vinchos en la Región Ayacucho quienes mediante la aceptación de la misma mejoraron la producción para la oferta exportable.

Dimensión 2: Asociatividad

Tabla 11:

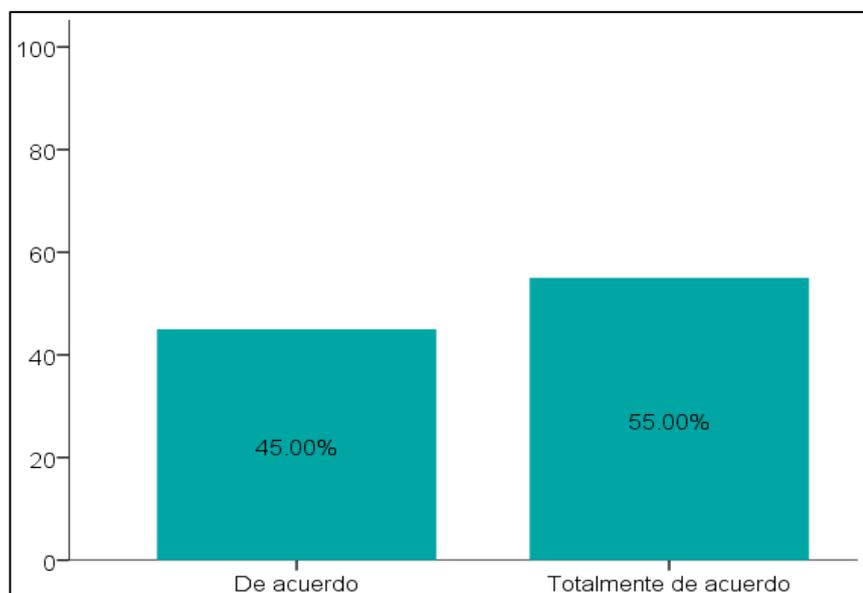
Dimensión Asociatividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	18	45.00	45.00
Totalmente de acuerdo	22	55.00	100.0
Total	40	100.00	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7:

Dimensión Asociatividad



Fuente: Elaboración propia

En la figura 7, se muestra que 45 % de la muestra se encuentra de acuerdo y el 55 % totalmente de acuerdo que la dimensión asociatividad fue un factor clave para la generación de oferta exportable, la cual permitió exportar el aguaymanto hacia el mercado internacional. De este modo, se

comprobó que los productores consideraron necesario formar parte de una asociación debido a que la pertenencia facilitó las mejoras y homogeneización en las técnicas del proceso de producción del aguaymanto en la localidad de Vinchos Región Ayacucho.

Dimensión 3: Tecnología

Tabla 12:

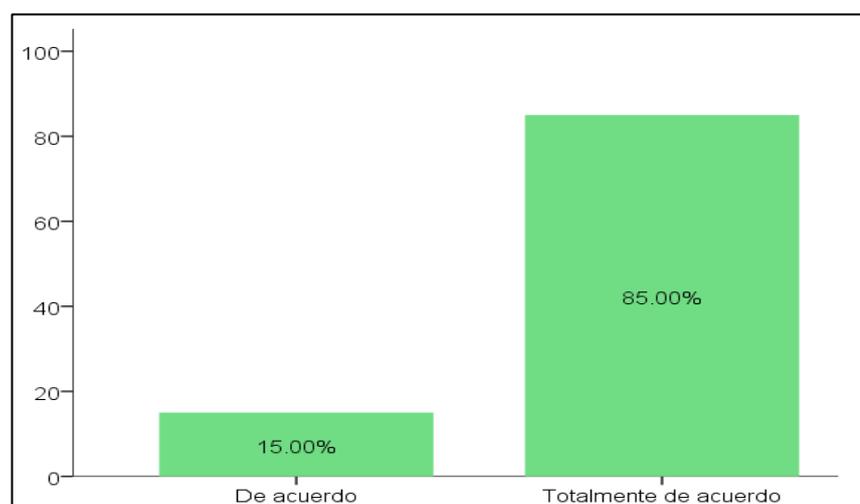
Dimensión Tecnología

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	6	15.00	15.00
Totalmente de acuerdo	34	85.00	100.00
Total	40	100.00	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8:

Dimensión Tecnología



Fuente: Elaboración propia

En la figura 8, se puede observar que el 15 % de la muestra se encuentra de acuerdo y el 85% totalmente de acuerdo en que la dimensión tecnológica fue un factor clave para la generación de oferta exportable, la misma que ha permitido exportar el aguaymanto hacia el mercado

internacional. De este modo, se comprobó que desde la implementación de tecnologías para el procesamiento de aguaymanto en la localidad de Vinchos Región de Ayacucho, esto influye de manera directa en el volumen de producción, lo cual permitió presentar un producto orgánico de calidad para una exportación al mercado internacional.

4.1.3 Contrastación de las hipótesis de investigación

Prueba de Normalidad

Hipótesis:

- H_0 : Los datos de las variables ajustan a una distribución normal
- H_1 : Los datos de las variables no se ajustan a una distribución normal

Regla de decisión:

- Si valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0)
- Si valor $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula (H_0)

Tabla 13:

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Factores claves de producción	0.416	40	0.000	0.604	40	0.000
Oferta Exportable	0.521	40	0.000	0.389	40	0.000

Fuente: Elaboración propia

Considerando que $n < 50$ ($gl=40$) se aplica la prueba de Shapiro-Wilk. Asimismo, con P valor < 0.05 ($Sig. = 0.000$); se rechaza la hipótesis nula, los datos de las variables no se ajustan a una distribución normal.

De este modo, para determinar si existen factores claves de producción que guardan relación con la variable oferta exportable de los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho, es conveniente procesar los valores con el coeficiente de correlación Rho Spearman, debido a que los datos no se comportan como una distribución normal.

Prueba de correlación de las hipótesis

Hipótesis General

Los factores claves de producción se relacionan directamente con la oferta exportable en los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Prueba de correlación:

H_1 : Los factores claves de producción SI se relacionan directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

H_0 : Los factores claves de producción NO se relacionan directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Regla de contraste:

Valor de Sig.>0.05, se acepta la Ho.

Valor de Sig.≤0.05, se rechaza la Ho.

Tabla 14:

Coeficiente de la correlación de la hipótesis general

		Oferta exportable
Factores	Coeficiente de correlación	0,198**
claves de	Sig. (bilateral)	0,220
producción	N	40

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Con relación a la hipótesis general, el coeficiente de correlación Spearman muestra $Rho=0,198$ confirmando que existe un bajo nivel de correlación entre las variables con un nivel de significancia $Sig.=0,220$ donde P value es mayor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, en ese sentido, factores claves de producción como la capacitación, asociatividad y tecnología no se relacionan con la oferta exportable de los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Hipótesis Específica 1

La capacitación se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Prueba de correlación:

H₁: La capacitación SI se relaciona en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

H₀: La capacitación NO se relaciona en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Regla de contraste:

Valor de Sig.>0.05, se acepta la H₀.

Valor de Sig.≤0.05, se rechaza la H₀.

Tabla 15:

Correlación de la hipótesis específica 1

		Capacitación
Oferta Exportable	Coefficiente de correlación	0,57
	Sig. (bilateral)	0,728
	N	40

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En relación a la hipótesis específica 1, el coeficiente de correlación Spearman obtuvo $Rho=0,057$ confirmando que existe un nivel de relación bajo entre las variables capacitación y oferta exportable; además, con un nivel de significancia Sig.=0,728, donde el P valor es mayor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna y acepta la hipótesis nula, en ese sentido, la capacitación no tiene relación con la oferta exportable de los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, región Ayacucho, 2019.

Hipótesis Específica 2

La asociatividad se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Prueba de correlación

H₁: La asociatividad SI se relaciona en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

H₀: La asociatividad NO se relaciona en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Regla de contraste

Valor de Sig.>0.05, se acepta la Ho.

Valor de Sig.≤0.05, se rechaza la Ho.

Tabla 16:

Correlación de la hipótesis específica 2

		Asociatividad
Oferta	Coefficiente de correlación	0,114
Exportable	Sig. (bilateral)	0,484
	N	40

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En relación a la hipótesis específica 2, el coeficiente de correlación Spearman obtuvo $Rho=0,114$ confirmando que existe un bajo nivel de relación entre las variables asociatividad y oferta exportable; además, con

un nivel de significancia Sig.=0,484, donde el P valor es mayor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna y acepta la hipótesis nula, en ese sentido, la asociatividad no tiene relación con la oferta exportable de los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, región Ayacucho, 2019.

Hipótesis Específica 3

La tecnología se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Prueba de correlación

H₁: La tecnología SI se relaciona en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

H₀: La tecnología NO se relaciona en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Regla de contraste

Valor de Sig.>0.05, se acepta la Ho.

Valor de Sig.≤0.05, se rechaza la Ho.

Tabla 17:

Correlación de la hipótesis específica 3

		Tecnología
Oferta Exportable	Coeficiente de correlación	0,476
	Sig. (bilateral)	0,002
	N	40

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En relación a la hipótesis específica 3, el coeficiente de correlación Spearman obtuvo $Rho=0,476$ confirmando que existe un nivel de relación moderada entre las variables tecnología y oferta exportable; además, con un nivel de significancia $Sig.=0,002$, donde el P valor es menor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y rechaza la hipótesis nula, en ese sentido, la asociatividad tiene relación directa con la oferta exportable de los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, región Ayacucho, 2019.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Resultados de la investigación

En el siguiente capítulo se describe la discusión de resultados según el análisis obtenido de los “Factores claves de producción para la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto”, para una muestra de 40 productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos, Región Ayacucho en 2019, la discusión de los resultados se explicado en base a títulos que comprenden cada hipótesis específicas e hipótesis general formuladas para la investigación.

5.1.1 Factores claves de producción y la oferta exportable de los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho, 2019

La investigación identifica los factores claves que influye la producción de aguaymanto, siendo la capacitación en donde Chiavenato (2011) lo define como un proceso de formación sistemático y organizado de corta duración en el que las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias de acuerdo con los objetivos fijados. De este modo, la capacitación a los agricultores debería ser importante debido a que irán adquiriendo nuevos conocimientos y mejorar sus habilidades, asimismo, aprenderán acerca de la tecnología enfocado en la producción de aguaymanto como valor agregado hacia una oferta exportable.

En cuanto a la asociatividad, según Quillahuamán y Carasas (2018), señalaron que las acciones en una asociatividad son

determinantes para mejorar la oferta, siendo necesario para ello, capacitar para el aprovechamiento y manejo de los recursos, de manera que mejora la productividad de la cadena de producción.

Respecto a la tecnología como factor de desarrollo de la producción Román (2015), señala que se debe capacitar a los productores agrícolas de manera que podrán realizarse la transferencia de la nueva tecnología asociadas a las actividades de procesamiento del producto que garantice el incremento de la productividad.

Aragundi (2013), menciona que la inclusión de la ciudadanía en los modelos de asociatividad promueve el desarrollo de la comunidad y la mejora en la calidad de vida, siendo este un paso importante para el crecimiento del país incentivando el trabajo justo. La asociatividad enfocada a los pequeños productores informales tiene mayor impacto en lo que se refiere a generar oferta exportable.

5.1.2 Oferta exportable y capacitación en productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019

Los resultados obtenidos respecto a la relación de la oferta exportable y capacitación en los productores de aguaymanto, en relación con la claridad y coherencia de dirección arrojan que 80% de los productores manifestaron que la capacitación es un elemento básico en el desempeño de los agricultores y el aumento de

productividad que puedan tener en la cosecha del aguaymanto. Resultados que coinciden con lo propuesto por (Chiavenato, 2011) en donde manifiesta que la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual los productores obtienen nuevos conocimientos para desarrollar habilidades y mejorar sus competencias en función a sus objetivos.

Por otro lado, 82% de los productores de aguaymanto en Vinchos afirmaron que la capacitación permite obtener mayor competitividad en la cosecha del aguaymanto, resultados que coinciden con lo propuesto por Porter (2012) en donde manifiesta que la competitividad de un país depende del volumen de producción de las industrias para mejorar e innovar; mientras que las presiones del mercado dan a las empresas una ventaja sobre los mejores competidores del mundo.

Además, se obtuvo que 75% de productores de aguaymanto, indicaron que la capacitación produce una mejora en la productividad del producto, permitiendo dirigir su producción hacia una oferta exportable en el mercado exterior, incluso mejorar la eficiencia en el trabajo en un menor, resultados que coinciden con los señalado por Koontz y Weihrich (2012) manifestando que el logro de las metas se consigue utilizando la menor cantidad de recursos disponibles.

De este modo, la relación entre la capacitación y la oferta exportable es significativa, debido que existe 86% de productores de aguaymanto que manifiestan respecto la capacitación que reciben

frecuentemente por parte del Ministerio de Agricultura con una frecuencia semestral, ha permitido mantenerse informados y actualizados según la demanda del mercado, incluso, identificar las estrategias para implementar, 86% de productores indicaron que las capacitaciones ayuda en ser más competitivo y eficiente en la producción del aguaymanto, permitiendo generar rentabilidad y sostenibilidad para la economía de su sector.

5.1.3 Asociatividad y oferta exportable en productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019

Del mismo modo, los resultados obtenidos respecto a la relación entre la asociatividad y oferta exportable en los productores de aguaymanto, se obtuvo que 35% de los agricultores que conforman la asociación no muestran compromiso para desarrollar una oferta exportable del aguaymanto, resultados que no guardan similitud con lo propuesto por Rosales (2007), que menciona la asociatividad como mecanismo de cooperación empresarial, en donde cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su integración en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para el logro de objetivos comunes, algunos de los cuales aportan materia prima y capital social; todos están orientados en generar una relación estable en el tiempo.

Asimismo, se obtuvo que 36% de productores de aguaymanto en Vinchos, no muestran compromiso en formar parte de la asociatividad en cuanto a participación, investigación y seguimiento, consideran que la asociación no lleva un control para el fortalecimiento de la asociatividad con miras hacia una oferta exportable, resultados que coinciden con los propuestos por Colmenares y Delgado (2013), quienes indicaron que la asociatividad es una estrategia colectiva siendo este el principal requisito para su sobrevivencia, como posibilidad para desarrollar ventajas competitivas, por lo que se deduce que no existe una relación significativa entre la asociatividad y los factores claves de producción en los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos de la Región de Ayacucho en el 2019.

5.1.4 Tecnología y oferta exportable en productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019

Según los resultados obtenidos de los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos de la Región de Ayacucho, se obtuvo que no existe relación entre la tecnología y su oferta exportable. Resultados que tienen similitud con la investigación realizada por Román (2015), donde señala que es necesario previo a la adopción de las tecnologías, capacitar a los trabajadores, de lo contrario rechazarían los cambios retrasando los proyectos de innovación y mejora.

De este modo, la transferencia de tecnologías se asocian con los sistemas de producción que se vienen trabajando y los conocimientos obtenidos por parte de las personas que lo realizan, de manera que ellos mismos asimilen la incorporación de nuevas tecnologías en su sistema de trabajo, de manera que pueda garantizar el aumento de la productividad, mejorar la calidad de vida del productor agrícola y su entorno, con énfasis en las poblaciones rurales más pobres y fortalecer el manejo responsable de los recursos naturales.

Se deduce que no existe una relación entre la tecnología y la oferta exportable, desde la perspectiva de los productores de aguaymanto en Vinchos en la Región de Ayacucho, debido que 35% de agricultores indicaron que, si no existe una capacitación, ni un compromiso por parte de todos los agricultores no habría un manejo adecuado de la tecnología que se quiere implementar, no siendo permitiendo alcanzar una oferta exportable del aguaymanto.

CONCLUSIONES

1. En base la primera hipótesis específica, obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,057$ y un P valor = 0,728 con un nivel de significancia $> 5\%$, concluyendo que existe una relación directa y baja de la variable Capacitación y Oferta Exportable, asimismo se rechaza la hipótesis alterna y acepta la hipótesis nula, por lo tanto, la capacitación es un factor que no tiene relación en la generación de una oferta exportable en los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019. Sin embargo, a pesar de los resultados obtenidos en el presente estudio, consideramos que la capacitación si cuenta con relación con la oferta exportable. Es de conocimiento amplio que la capacitación, tanto por parte del Estado como por empresas u organizaciones privadas, es de vital importancia para ampliar conocimientos por parte de los productores y de esa manera aplicar los métodos y procedimientos que producirán mejoras en calidad y volumen de producción.
2. En base la segunda hipótesis específica, obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,114$ y un P valor = 0,484 y un nivel de significancia $> 5\%$, concluyendo que existe una relación directa y baja de la variable asociatividad y oferta exportable, asimismo, se rechaza la hipótesis alterna y acepta la hipótesis nula, por lo tanto, la asociatividad es un factor que no tiene relación en la generación de una oferta exportable en los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019. Sin embargo, a pesar de los resultados obtenidos en el presente

estudio, consideramos que la asociatividad si cuenta con relación con la oferta exportable. La asociatividad aporta altos beneficios que favorecen a los productores, homologa procedimientos, les permite acceder a programas de capacitación e incluso a facilidades de préstamos, mismos con los que invierten en tecnología, agilización de procesos y compra de materia prima. De igual manera, consideramos que estos resultados aún no son visibilizados debido a que el boom de consumo de este tipo de productos naturales, es muy reciente en el mercado mundial. Por lo que el desarrollo en el mercado es bastante nuevo.

3. En base la tercera hipótesis específica, obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,476$ y un P valor = 0,002 y un nivel de significancia > 5%, concluyendo que existe una relación directa y moderada de la variable tecnología y oferta exportable, asimismo, se acepta la hipótesis alterna y rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, la tecnología es un factor que se relaciona directamente en la generación de una oferta exportable en los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Con los resultados obtenidos en el presente estudio, consideramos que la tecnología influye de manera significativa, ya que aporta ventajas positivas y altos beneficios para los productores de aguaymanto en el mercado internacional de tal forma que estará al nivel de los diferentes competidores, tal como se pudo observar en el estudio de campo realizado a los productores de aguaymanto mismos que replicaron una tecnología de riego

y siembra observado previamente en una asociación colombiana exportadora de uchuva o uvilla.

4. En base a la hipótesis general, se concluye que la dimensión capacitación y asociatividad son factores claves de producción que no se relacionan en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto, pero la dimensión tecnología es un factor clave de producción que sí se relaciona con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto del distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el 2019.

Con los resultados obtenidos en el presente estudio, consideramos que todas las dimensiones evaluadas cuentan con relación en la oferta exportable en los productores de aguaymanto mismos que según la proyección del mercado internacional deben tener mayor impacto en los años próximos.

RECOMENDACIONES

1. Considerando que las dimensiones Capacitación y Asociatividad son factores claves de producción que no se relacionan de manera directa y positiva para generar oferta exportable, se recomienda realizar nuevas investigaciones identificando otros factores de producción como asistencia técnica, inversión y conocimiento del capital humano en la exportación con la finalidad de incentivar la oferta exportable del aguaymanto desde el distrito de Vinchos en la Región Ayacucho.
2. Se recomienda a los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos en la Región Ayacucho a participar más activamente en las capacitaciones que realiza la Municipalidad de Ayacucho y el MINAGRI, con la finalidad de incentivar la producción del aguaymanto dirigida hacia una oferta exportable.
3. Se recomienda a los agricultores de aguaymanto en la localidad de Vinchos de la Región Ayacucho, tener mayor actividad y participación en las reuniones que realiza la asociación de productores de aguaymanto, debido a que existe un porcentaje de socios que son inactivos, lo que dificulta que se tomen decisiones con el propósito de incentivar proyectos de innovación para el desarrollo de la comunidad.
4. Se recomienda a los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos en la Región Ayacucho, innovar en tecnología su sistema de producción para

el procesamiento del aguaymanto con valor agregado y pueda ser exportado al mercado internacional mediante una oferta exportable.

5. Se recomienda a los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos en la Región Ayacucho, implementar técnicas de control de calidad para controlar los niveles de contaminación ambiental para producir aguaymanto.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Adolfo, E. (2011). *Aguaymanto para la exportación de la Región Cajamarca*. El caso de la Asociación Provincial de Productores Ecológicos de Cajamarca APPEC. Recuperado de:
<http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2015espinozagustavoadofo.pdf>
- Agurto, G. y Lázaro, P. (2016). *Situación de los Eslabones de la cadena de valor de aguaymanto (Physalis peruviana) para exportación en la provincia de San Pablo en la Región Cajamarca, 2015*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:
http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/39/1/Agurto_Noelia_y_L%c3%a1zaro_Elena.pdf
- Aragundi, P. (2013). *Consolidación de la oferta exportable a través de la estrategia de Asociatividad de los pequeños productores de uvilla del Cantón Ibarra, diseño de la cadena logística de acopio y la exportación al Mercado Suizo*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9471/1/T-ESPE-039837.pdf>
- Barrios, A. (2016). *Impacto del programa de capacitación manual y técnica en textiles - primera etapa, Pampa Sitana, Tacna 2016*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:
<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/5531/51.1062.CS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Billikopf, H. (2006). *Capacitación del Personal*. Recuperado de:
<https://nature.berkeley.edu/ucce50/agro-laboral/7libro/05s.htm>
- Canaza, M. (2015). *La asociatividad de productores rurales para la oferta exportable de quinua en Cabana, 2014*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:
<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4274/53.0779.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Carbaugh, (2009). *Economía Internacional* (12va. edición). España: Cengage Learning Editores.
- Colmenares, S., y Delgado, R. (2013). *Reingeniería Socioeconómica y Desarrollo Endógeno Sostenible*. Programa macroeconómico alternativo para el desarrollo. (Tesis de Licenciatura). Organización Profuturo. Caracas.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones* (9na edición). México: McGraw - Hill.
- Chunqui, Y. y Silva, I. (2016). *La certificación como garantía en el proceso de producción de aguaymanto fresco de una empresa cajamarquina con vías de exportación hacia Alemania*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/197/TESIS%20N%C2%B0%2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cubas, L. (2017). *Comercio Internacional y Competitividad del Aguaymanto Peruano 2008 – 2016*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1321/Cubas_HMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Durán, G. y Fernández, L. (2010). Plan de negocio: exportación de aguaymanto. Recuperado de <http://delfosepg.upc.edu.pe/files/disk1/1/UPC-658-DURN-2011-323-plan-de--2.pdf>.
- Huaranga, M. y Robles, B. (2017). *Factores que determinan la productividad y su influencia en el crecimiento económico del Perú 2000 – 2016*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/1978/T033_47642319_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Koontz, H., Weihrich, H. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial* (14va. Edición). México: Mc Graw Hill.
- MINCETUR. (2020). *Buenas Prácticas de Comercio Internacional y Promoción de Exportaciones*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de:

https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/Memoria_Mincetur_2005.pdf.

Munguía, B. (2017). *Factores limitantes en el proceso de producción para generar una oferta exportable competitiva del aguaymanto en la provincia de Huanta y Vinchos en Ayacucho*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2702/3/munguia_bmz.pdf

Peceros, L. (2016). *Biocomercio en el Perú: Desarrollo de oferta exportable de productos, con valor agregado, derivados de la biodiversidad nativa*.

Recuperado de:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4781/Peceros_gk.pdf?sequence=1

Peñaloza, M. (2007). *Innovación factores claves para la competitividad*. Actualidad Contable Faces. vol. 10(15), 82 Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701508>

Porter, M. (2012). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales*. (4ta. edición). México: Grupo Editorial Patria.

Promperú, (2021). *Aguaymanto orgánico deshidratado en Francia*. Recuperado de: <https://recursos.exportemos.pe/aguaymanto-organico-deshidratado-francia-nuevo-lanzamiento-2021.pdf>

Recalde, A. (2012). *Plan de exportación de un producto gourmet: Jalea de uvilla*. (Tesis de Licenciatura). Quito: Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Internacional del Ecuador. Recuperado de:

<https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/53>.

Rocha y Tafur, (2018). *Factores claves para la exportación de Cacao orgánico por parte de los pequeños productores en la provincia de Marañón - Huánuco*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3892/rocha_tafur.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Román, E. (2015). Grado de adopción de tecnologías por productores de *Theobroma cacao* L. Cacao, en el distrito de Yavari, provincia Mariscal Ramón Castilla, Región Loreto. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3362/Joser_Tesis_Titulo_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rosales, R. (2007) *La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes*. (3ra. edición). México: Editorial SELA.
- Ruiz, K. (2014). *Oportunidades de negocio en el mercado de Canadá para incrementar las exportaciones de aguaymanto deshidratado de Cajamarca en el periodo 2014-2018*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/6405/Ruiz%20Alfaro%2C%20Kady%20Eugenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Vásquez, P. y Camilo, E. (2015). *Estudio de los factores que influyen en la Asociatividad de los Productores de Mango del Valle Motupe – Olmos*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/27/1/TL_VasquezMarrufopilar_ZapataMedinaJoseLuis.pdf
- Quillahuaman, D. y Carasas, M. (2018). *La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015*. (Tesis de Maestría). Recuperado de: http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/523/Quillahuaman_Carasas_tesis_maestria_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe, C. (2013). *Análisis de la Cadena de Valor de la Papa Nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha provincia de Andahuaylas en Apurímac*. (Tesis de Maestría). Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5444/quispe_ecos_nelida_analisis_papa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vélez, G. (2011). *La Capacitación como herramienta para la ventaja competitiva dentro de una empresa arenera: Un análisis micro y uno sistémico*. Global

Conference on Business and Finance Proceedings. Recuperado de:
<https://bit.ly/3dLLSdF>

ANEXOS

1. Matriz de consistencia
2. Matriz de operacionalización de variables
3. Instrumento de recopilación de datos
4. Formato de validación de juicio de expertos
5. Constancia de consentimiento informado de acceso público
6. Carta de aprobación para realizar el trabajo de Campo
7. Matriz de tabulación de datos – SPSS
8. Evidencia del trabajo de campo

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación:	FACTORES CLAVES DE PRODUCCIÓN PARA LA GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE EN LOS PRODUCTORES DE AGUAYMANTO (<i>Physalis peruviana</i> L.) DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO EN EL AÑO 2019
Línea de investigación	INFORMALIDAD
Autor:	ASTRIT ARREDONDO BLANCO - RAYZA CHÁVEZ VELARDE

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuáles son los factores claves de producción que se relacionan con la generación de oferta exportable en los productores de Aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho 2019?,	Determinar los factores claves de producción que se relacionan con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019	Los factores claves de producción se relacionan directamente con la oferta exportable en los productores de aguaymanto en el distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019	Factores Claves de producción	<ul style="list-style-type: none"> ● Capacitación ● Asociatividad ● Tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> ● Enfoque: Cuantitativo ● Tipo: Aplicada ● Alcance: Correlacional ● Diseño: No Experimental ● Unidad de análisis: Productores de Aguaymanto
			Oferta Exportable	<ul style="list-style-type: none"> ● Producto Competitivo ● Apertura Comercial ● Posicionamiento 	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos		Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿Cómo se relaciona la capacitación con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región	Determinar la relación de la capacitación con la generación de oferta exportable desde los productores de aguaymanto en la localidad de Vinchos,	La capacitación se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos,	Capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cobertura. ● Tiempo. ● Calificaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación (5a ed.). México: McGraw-
			Oferta Exportable.		

Ayacucho en el año 2019?	Región Ayacucho en el año 2019	Región Ayacucho en el año 2019			Hill/Interamericana Editores S.A.
¿Cómo se relaciona la asociatividad con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019?	Determinar la relación de la asociatividad con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019	La asociatividad se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019	Asociatividad.	<ul style="list-style-type: none"> ● Nivel de participación ● Nivel de investigación ● Nivel de seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ● Vara, A. (2012). Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima.
			Oferta Exportable.	s/indicadores	
¿Cómo se relaciona la tecnología con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019?	Determinar la relación de la tecnología con la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019	La tecnología se relaciona directamente en la generación de oferta exportable en los productores de aguaymanto en el Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019	Tecnología.	<ul style="list-style-type: none"> ● Volumen de producción. ● Calidad de producción. ● Productividad. 	
			Oferta Exportable.	s/indicadores	

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1: Operacionalización de la variable: Factores Claves de Producción

Definición conceptual: Aquellos factores que llevan al éxito las estrategias, las cuales permitan que el negocio prospere en medio de un mercado competitivo.		
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta
Dimensión	Indicadores	Ítems del instrumento
Capacitación	Indicador 1: Cobertura Cantidad de productores de aguaymanto que han sido parte de la capacitación entre el total de los productores de aguaymanto del Distrito de Vinchos, Región Ayacucho.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alguna vez ha participado en un programa de capacitación sobre la producción del aguaymanto. 2. Ha participado en programas de capacitación (de cualquiera de los tipos de entidades, privadas y/o del estado). 3. Las entidades del estado realizan programas de capacitación constantes sobre producción de aguaymanto y herramientas para mejorar sus procesos.
	Indicador 2: Tiempo Periodo en el que se llevará a cabo de la capacitación para los productores de aguaymanto del Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ha asistido a programas de capacitación con una duración mayor a un mes. 2. Considera que el tiempo de capacitación debe ser mayor a 15 días. 3. Los talleres brindados en una charla de capacitación deben durar mínimo 1 hora y media por sesión.
	Indicador 3: Calificaciones Medida que se visualiza los resultados de la capacitación a los productores de aguaymanto del Distrito de Vinchos, Región Ayacucho en el año 2019.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considera que las calificaciones son un reflejo de lo que ha aprendido en el programa de capacitación. 2. Considera que los resultados obtenidos se ajustan a los conocimientos aprendidos. 3. Ha sentido que las calificaciones otorgadas han sido justas frente a los conocimientos adquiridos.
Asociatividad	Indicador 1: Nivel de Participación Capacidad de los productores de aguaymanto del Distrito de Vinchos, Región Ayacucho de involucrarse en las decisiones y actividades de la asociatividad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se involucra en generar opciones para facilitar sus labores y la toma de decisiones. 2. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra a profundidad en el proceso de homogeneización de los procedimientos para la producción del aguaymanto en la asociación. 3. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra en la toma de decisiones de la asociación.
	Indicador 2: Nivel de Investigación Grado de profundidad con las que se estudian los hechos que afectan a los productores de	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se mantiene informado de los hechos o acciones que pueden favorecer y/o dificultar su proceso productivo. 2. Procura buscar nuevos métodos que están siendo aplicados en su competencia o en el mercado del aguaymanto para ofrecer un mejor producto.

	aguaymanto del Distrito Vinchos, Región Ayacucho.	3. Busca información antes de aplicar nuevos métodos y con ello evitar errores en sus procesos.
	Indicador 3: Nivel Seguimiento Indicador que permite a la comunidad de productores de aguaymanto del distrito Vinchos, determinar el progreso de las decisiones tomadas, de manera en que puedan realizar los ajustes necesarios en caso no hayan obtenido los resultados deseados.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La asociatividad impulsará un mejor nivel de seguimiento con respecto al cultivo y producción. 2. Analizan los errores que se pueden dar en las decisiones y realizan las acciones correctivas necesarias. 3. Analizan de manera periódica las modificaciones tomadas en los procesos productivos para medir su efectividad.
Tecnología	Indicador 1: Volumen Producción Grado de uso de la capacidad productiva del aguaymanto realizado por los productores de aguaymanto del Distrito Vinchos, Región Ayacucho.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consideran que el volumen de producción ha aumentado desde la implementación de tecnologías en sus procesos. 2. Considera que la implementación de tecnología ha influido de manera directa en el volumen de producción. 3. Usted y sus pares han homogeneizado sus procesos para los procesos productivos del aguaymanto para lograr un mayor volumen de producción.
	Indicador 2: Calidad Producción Conjunto de propiedades inherentes al producto ofrecido que le confieren capacidad para satisfacer necesidades, la misma que actuará como diferenciador entre el mismo y los otros ofrecidos en el mercado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considera que la calidad de sus cosechas ha mejorado y/o aumentado desde la implementación de tecnologías. 2. Considera de suma importancia el ofrecer un producto de alta calidad. 3. Considera que la tecnología implementada permite satisfacer en mayor cantidad las necesidades de sus consumidores.
	Indicador 3: Productividad Indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos empleados con la cantidad de producción de aguaymanto obtenido.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considera que la productividad ha mejorado desde la implementación de tecnologías en sus procesos. 2. A partir de las decisiones tomadas, logran sus expectativas en menor tiempo al utilizado que utilizaban de manera previa a la implementación de la tecnología. 3. Considera que la tecnología ha influido de manera directa en la productividad de su producto.

Tabla 2: Operacionalización de la variable: Oferta Exportable

Definición conceptual: contar con los productos que satisfacen los requerimientos del mercado de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa.		
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta
Dimensión	Indicador	Ítems
Producto Competitivo	Producto que cuenta con atributos en calidad, precio, diseño, unicidad o exclusividad para hacer más atractivo frente a la competencia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El producto que ofrece cumple con los requisitos exigidos en el mercado. 2. Han analizado los precios de la competencia y realizado un estudio debido para poder colocar un precio apropiado al producto que ofrecen. 3. Ofrece un producto que puede encontrarse durante casi y/o todo el año en tiendas.
Apertura comercial	Capacidad de un país para transar el aguaymanto como producto hacia el resto del mundo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiene conocimiento de que los tratados de libre comercio firmados pueden elevar la tendencia de compra actual. 2. Los tratados vigentes han aumentado el volumen de pedidos que tiene. 3. Tiene conocimiento de la gran demanda del mercado internacional por el producto del aguaymanto en sus diferentes presentaciones.
Posicionamiento en el mercado	Posicionamiento del producto en base a atributos específicos, necesidades o beneficios que satisfacen, diferenciación frente la competencia, oportunidades de utilización, ente otros.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega un producto de calidad y con buena presentación para diferenciarse de los competidores que ya se encuentran en el mercado. 2. Cuentan con la información necesaria para poder dar a conocer su producto, como los beneficios, su valor nutricional, entre otros. 3. Tiene conocimiento de que existe un alza en la tendencia de consumo de productos naturales a nivel mundial.

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

Fecha de encuesta: _____ Sexo: () Femenino () Masculino

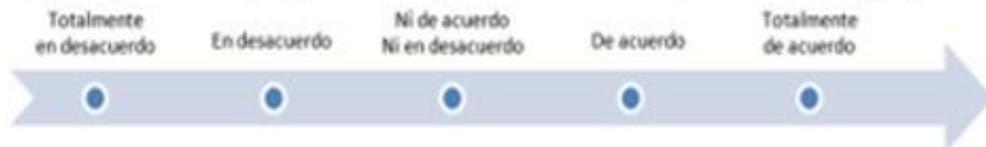
IMPORTANTE: Esta encuesta es anónima y de carácter no vinculante. Toda la información es estrictamente confidencial y será utilizada con fines de investigación. |

VARIABLE 1: FACTORES CLAVES DE PRODUCCIÓN

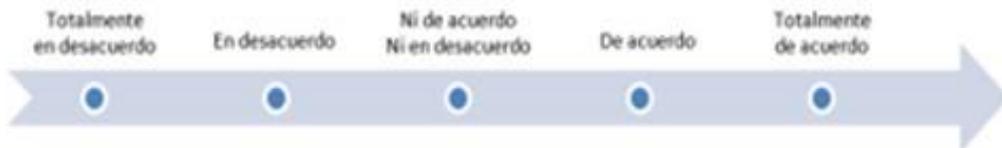
➤ DIMENSIÓN 1: CAPACITACION

Indicador 1: Cobertura

1. He participado en un programa de capacitación sobre la producción del aguaymanto.



2. He sido parte de más de un programa de capacitación (sea por parte del Estado o empresas privadas).

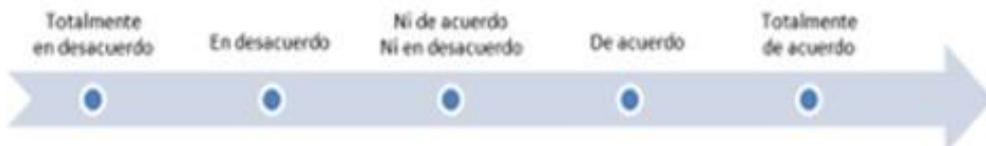


3. Tengo conocimiento de que el Estado ha realizado programas de capacitación constantes sobre la producción del aguaymanto y herramientas y técnicas para mejorar sus procesos.

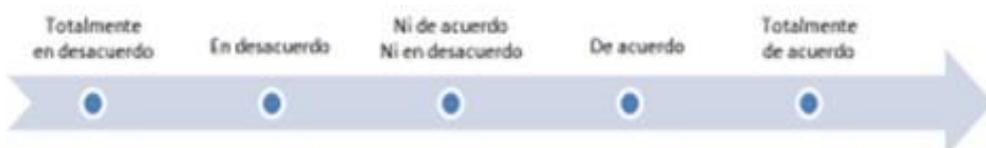


Indicador 2: Tiempo

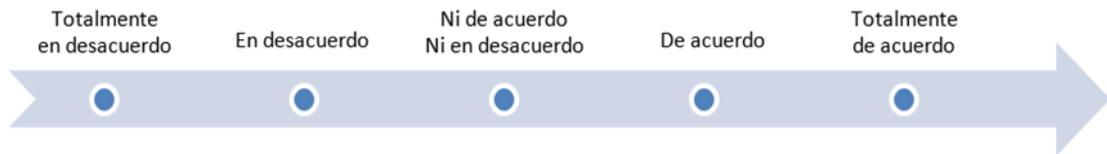
4. He asistido a programas de capacitación con duración mayor a un mes.



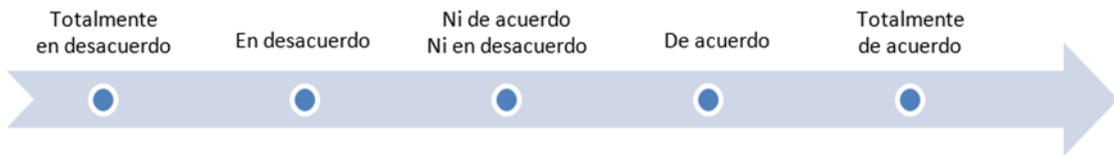
5. Considero que el tiempo de capacitación debe ser mayor a 15 días.



6. Considero que la duración de la sesión de capacitación debe durar mínimo 1 hora y media por sesión.

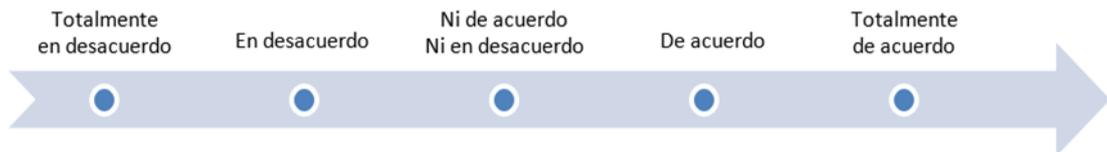


7. Considero que los programas de capacitación deberían contar con una duración aproximada de 3 meses.

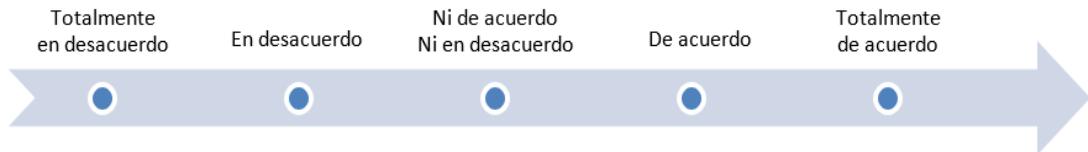


Indicador 3: Calificaciones

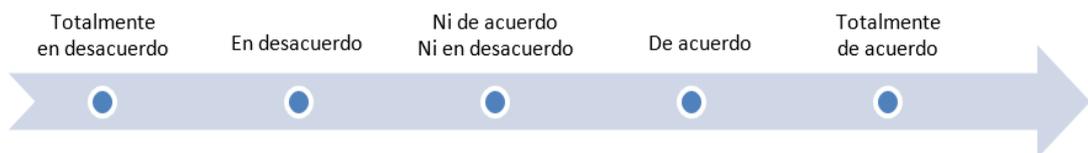
8. Considero que las calificaciones reflejan lo que he aprendido en el programa de capacitación.



9. Considero que los resultados obtenidos se ajustan a los conocimientos aprendidos.



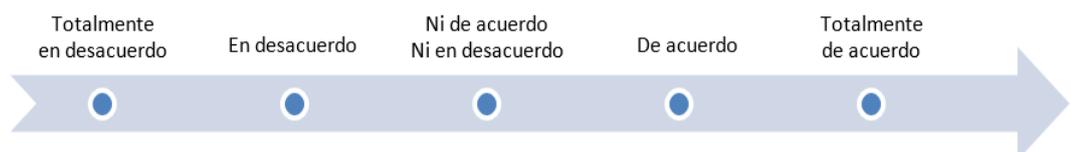
10. He sentido que las calificaciones otorgadas han sido justas frente a los conocimientos adquiridos.



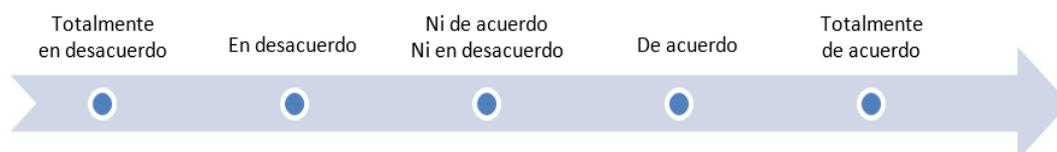
DIMENSIÓN 2: ASOCIATIVIDAD

Indicador 1: Nivel de Participación

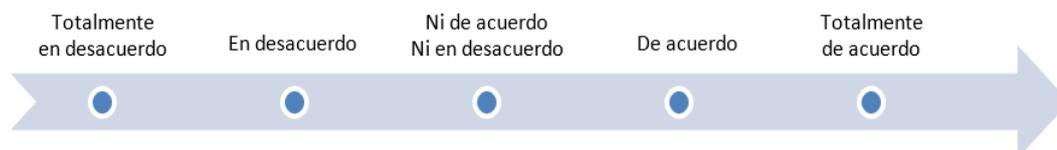
1. Me involucro en la generación de opciones para facilitar las labores y toma de decisiones en la asociación.



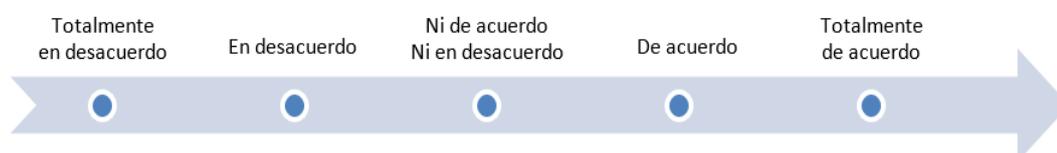
2. Considero que la mayoría de los productores se involucran en el proceso productivo para igualar los procedimientos realizados en la producción del aguaymanto.



3. La participación en una asociación me permite ser más competitivo en el mercado.

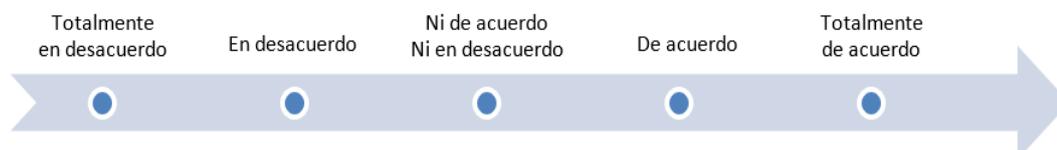


4. Considero que la mayoría de mis pares se involucran a profundidad en tomar decisiones para la Asociación.

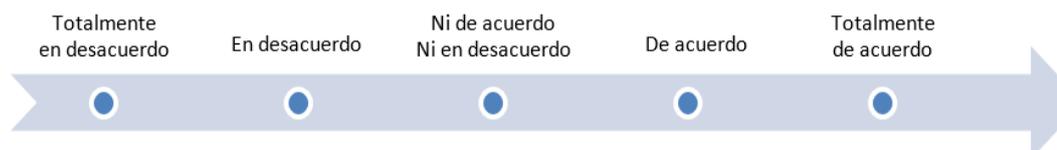


Indicador 2: Nivel de Investigación

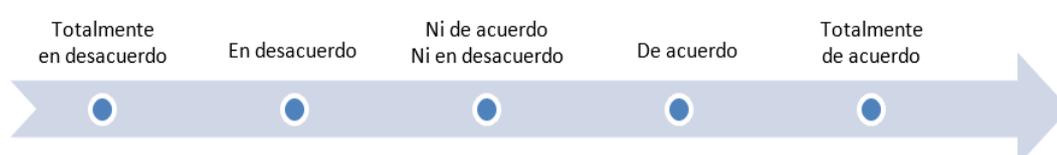
5. Procuo mantenerme informado de los hechos o acciones que pueden favorecer y/o dificultar el proceso productivo del aguaymanto.



6. Procuo buscar nuevas formas o técnicas que puedan ser aplicadas para ofrecer un mejor producto.

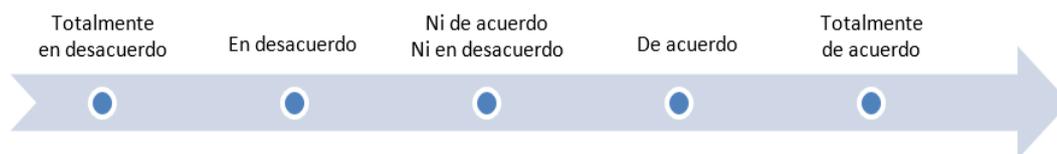


7. Busco información antes de aplicar nuevos métodos y técnicas en la producción del aguaymanto y así prevenir futuras incidencias en los procesos.

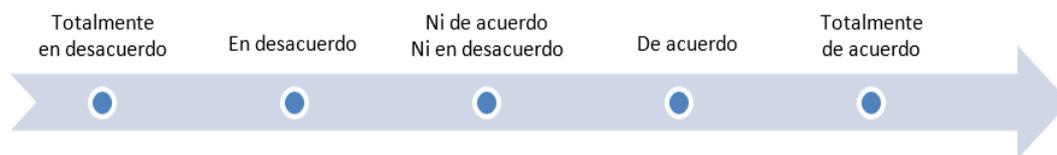


Indicador 3: Nivel de Seguimiento

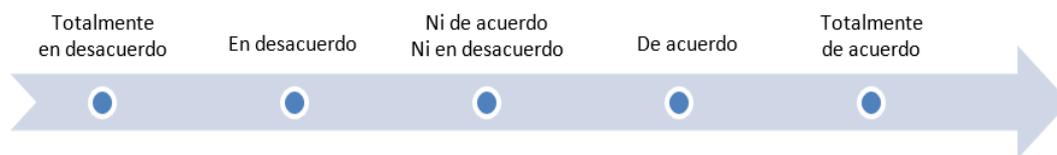
8. Considero que la asociatividad impulsará el nivel de seguimiento con respecto al cultivo y producción.



9. Analizo los errores que se pueden presentar debido a la aplicación de las decisiones y realizo las acciones correctivas necesarias.



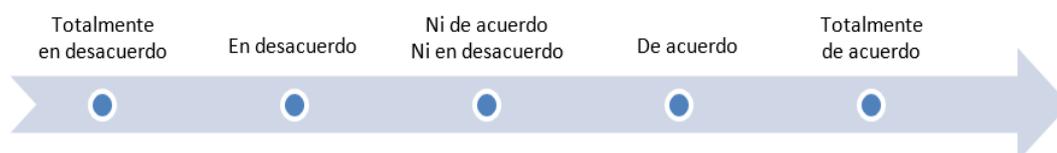
10. Analizo de manera continua las modificaciones tomadas en los procesos productivos para medir su efectividad.



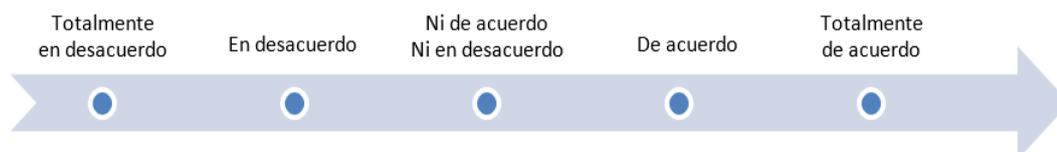
DIMENSIÓN 3: TECNOLOGÍA

Indicador 1: Volumen de Producción

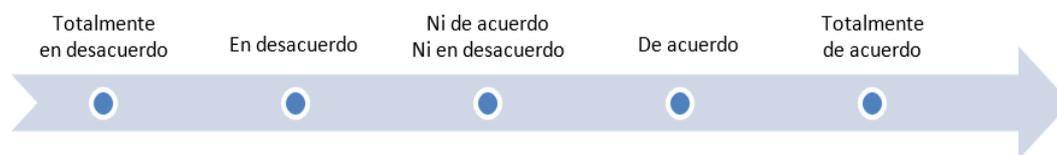
1. Considero que el volumen de producción del aguaymanto ha aumentado desde la implementación de tecnologías en los procesos.



2. Considero que la implementación de tecnología influye directamente en el volumen de producción.

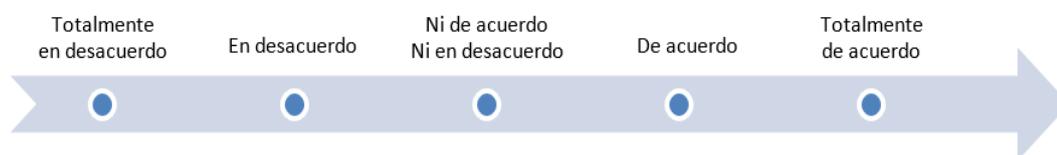


3. Los otros productores de la asociación y yo realizamos los procesos de igual manera homogénea para lograr un mayor volumen de producción.

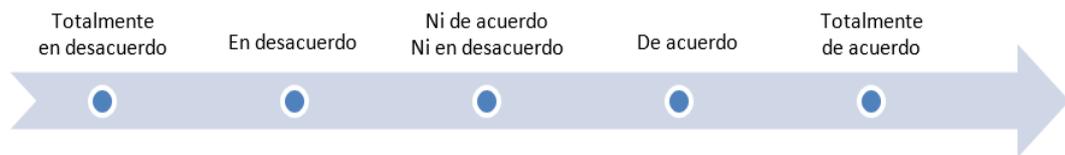


Indicador 2: Calidad de Producción

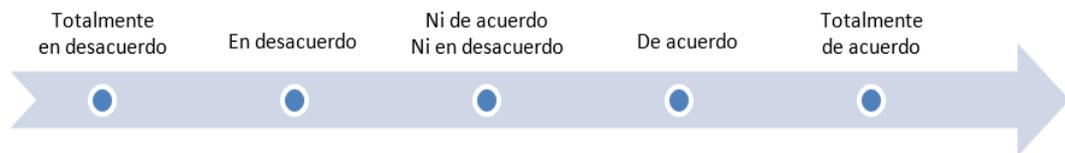
4. Considero que la calidad de las cosechas ha mejorado y/o aumentado desde la implementación de tecnología.



5. Considero importante ofrecer producto de calidad.

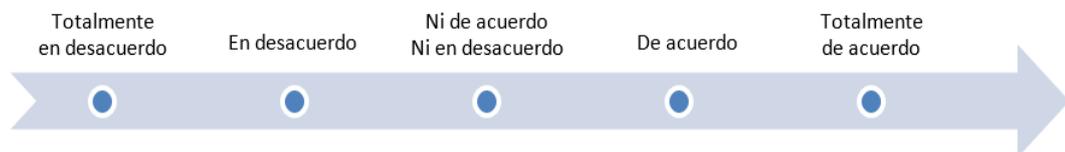


6. Considero que la tecnología implementada permite satisfacer las necesidades de los consumidores.

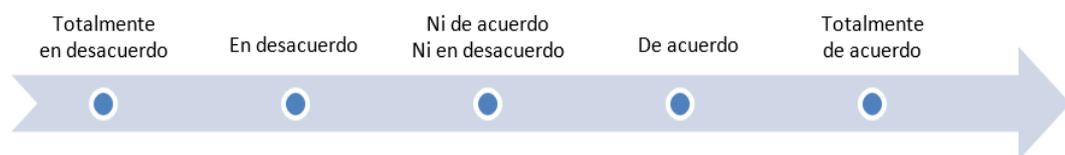


Indicador 3: Productividad

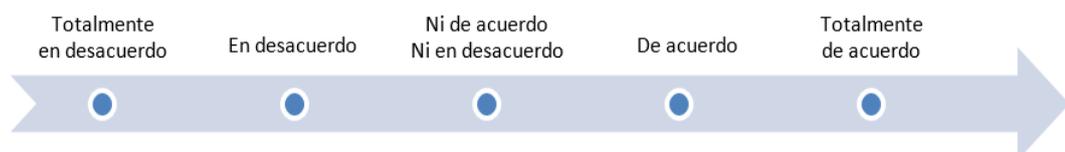
7. Considero que la productividad ha mejorado desde la implementación de tecnologías en los procesos.



8. A partir de la implementación de tecnología, se ha reducido el tiempo de producción.



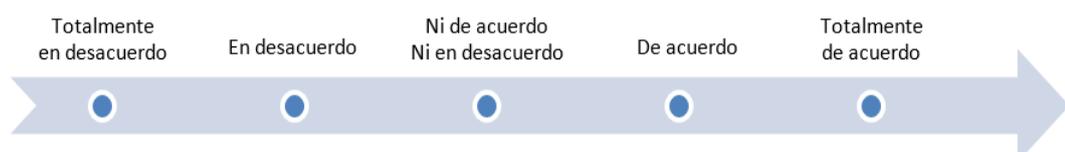
9. Considero que la tecnología influye de manera directa la productividad de la asociación.



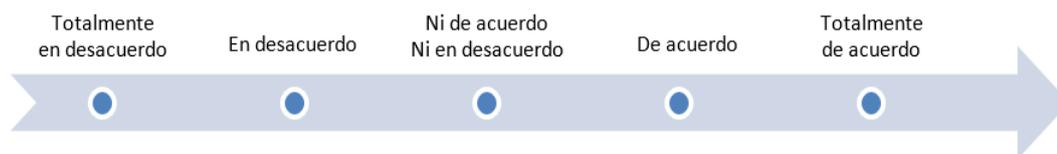
VARIABLE 2: OFERTA EXPORTABLE

DIMENSIÓN 1: PRODUCTO COMPETITIVO

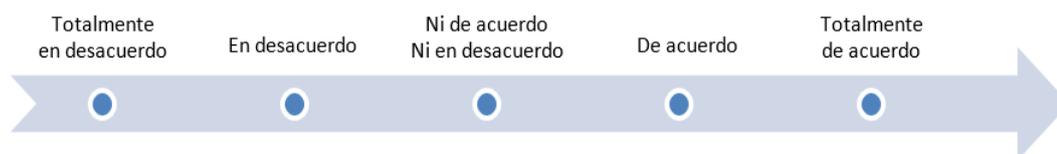
1. Considero que el producto que ofrecemos cumple con los requisitos exigidos en el mercado.



2. Hemos analizado los precios de la competencia para poder colocar un precio apropiado al producto ofrecido.

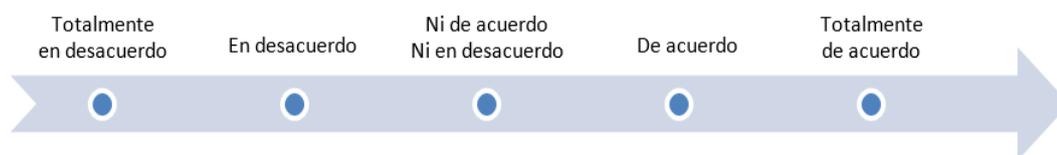


3. Ofrecemos un producto que tiene poco o casi nada de tiempo de estacionalidad.

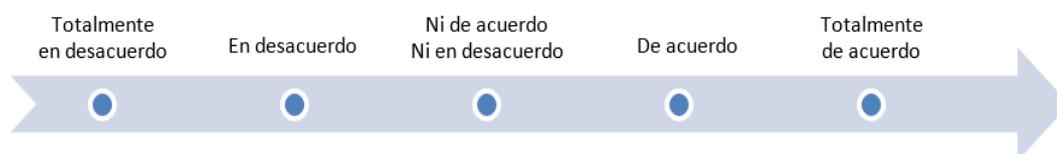


DIMENSIÓN 2: APERTURA COMERCIAL

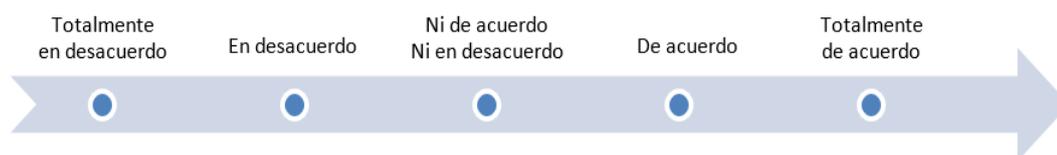
4. Tengo conocimiento de que los tratados de libre comercio firmados pueden elevar la tendencia de compra actual.



5. Considero que los tratados vigentes han aumentado el volumen de pedidos que tenemos.

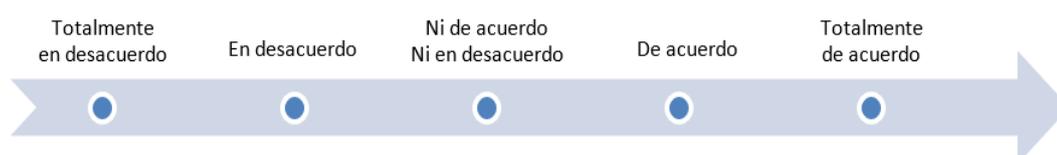


6. Tengo conocimiento de la demanda creciente en el mercado internacional por el producto del aguaymanto en sus diferentes presentaciones.

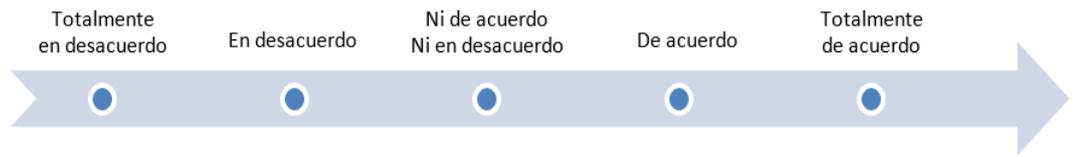


DIMENSIÓN 3: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

7. Considero que entregamos un producto de calidad y con buena presentación, mismo que nos permite diferenciarnos de nuestros competidores.



8. Cuento con la información necesaria para poder dar a conocer al producto, como los beneficios, su valor nutricional, entre otros.



ANEXO 4: FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL JUICIO DE EXPERTOS

Validación 1 de 3

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 3: FACTORES CLAVES

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		CUESTIONARIO ESTRUCTURADO CON MEDICIÓN EN ESCALA DE LIKERT A LOS PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
Autor del Instrumento:		RAYZA CHÁVEZ VELARDE				
Variable 1:		FACTORES CLAVES				
Población:		PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
Dimensión / Indicador	ÍTEMS	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: CAPACITACIÓN						
I1: Cobertura	1. Alguna vez ha participado en un programa de capacitación sobre la producción del aguaymanto.		4	4	4	
	2. Ha participado en dos o más programas de capacitación (de cualquiera de los tipos de entidades, privadas y/o del estado).	4	4	4	4	
	3. Las entidades del estado realizan programas de capacitación constantes sobre producción de aguaymanto y herramientas para mejorar sus procesos.		4	4	4	
I2: Tiempo	1. Ha asistido a programas de capacitación con una duración mayor a un mes.		4	4	4	
	2. Considera que el tiempo de capacitación debe ser mayor a 15 días.	4	4	4	4	
	3. Los talleres brindados en una charla de capacitación deben durar mínimo 1 hora y media por sesión.		4	4	4	
I3: Calificaciones	1. Considera que las calificaciones son un reflejo de lo que ha aprendido en el programa de capacitación.		4	4	4	
	2. Considera que los resultados obtenidos se ajustan a los conocimientos aprendidos.	4	4	4	4	
	3. Ha sentido que las calificaciones otorgadas han sido justas frente a los conocimientos adquiridos.		4	4	4	
D2: ASOCIATIVIDAD						
I1: Nivel de Participación	1. Se involucra en generar opciones para facilitar sus labores y la toma de decisiones.	4	4	4	4	
	2. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra a profundidad en el proceso de homogeneización de los procedimientos para la producción del aguaymanto en la asociación.	4	4	4	4	
	3. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra a profundidad en la toma de decisiones de la asociación.	4	4	4	4	
I2: Nivel de Investigación	1. Se mantiene informado de los hechos o acciones que pueden favorecer y/o dificultar su proceso productivo.	4	4	4	4	
	2. Procura buscar nuevos métodos que están siendo aplicados en su competencia o en el mercado del aguaymanto para ofrecer un mejor producto.	4	4	4	4	
	3. Busca información antes de aplicar nuevos métodos y con ello evitar errores en sus procesos.	4	4	4	4	
I3: Nivel de Seguimiento	1. La asociatividad impulsará un mejor nivel de seguimiento con respecto al cultivo y producción.	4	4	4	4	
	2. Analizan los errores que se pueden dar en las decisiones y realizan las acciones correctivas necesarias.	4	4	4	4	
	3. Analizan de manera periódica las modificaciones tomadas en los procesos productivos para medir su efectividad.	4	4	4	4	

D3: TECNOLOGÍA					
I1: Volumen de Producción	1. Consideran que el volumen de producción ha aumentado desde la implementación de tecnologías en sus procesos.	4	4	4	4
	2. Considera que la implementación de tecnología ha influido de manera directa en el volumen de producción.	4	4	4	4
	3. Usted y sus pares han homogeneizado sus procesos para los procesos productivos del aguaymanto para lograr un mayor volumen de producción.	4	4	4	4
I2: Calidad de Producción	1. Considera que la calidad de sus cosechas ha mejorado y/o aumentado desde la implementación de tecnologías.	4	4	4	4
	2. Considera de suma importancia el ofrecer un producto de alta calidad.	4	4	4	4
	3. Considera que la tecnología implementada permite satisfacer en mayor cantidad las necesidades de sus consumidores.	4	4	4	4
I3: Productividad	1. Considera que la productividad ha mejorado desde la	4	4	4	4

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA N° 4: OFERTA EXPORTABLE**

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO CON MEDICIÓN EN ESCALA DE LIKERT A LOS PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO					
Autor del instrumento	RAYZA CHAVEZ VELARDE					
Variable 2:	OFERTA EXPORTABLE					
Población:	PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO					
DIMENSIÓN / INDICADOR	ÍTEMS	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: PRODUCTO COMPETITIVO		4	4	4	4	
	1. El producto que ofrece cumple con los requisitos exigidos en el mercado.	4	4	4	4	
	2. Han analizado los precios de la competencia y realizado un estudio debido para poder colocar un precio apropiado al producto que ofrecen.	4	4	4	4	
D2: APERTURA COMERCIAL	3. Ofrece un producto que puede encontrarse durante casi y/o todo el año en tiendas.	4	4	4	4	
		4	4	4	4	
	1. Tiene conocimiento de que los tratados de libre comercio firmados pueden elevar la tendencia de compra actual.	4	4	4	4	
D3: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	2. Los tratados vigentes han aumentado el volumen de pedidos que tiene.	4	4	4	4	
	3. Tiene conocimiento de la gran demanda del mercado internacional por el producto del aguaymanto en sus diferentes presentaciones.	4	4	4	4	
		4	4	4	4	
D3: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO		4	4	4	4	
	1. Entrega un producto de calidad y con buena presentación para diferenciarse de los competidores que ya se encuentran en el mercado.	4	4	4	4	
	2. Cuentan con la información necesaria para poder dar a conocer su producto, como los beneficios, su valor nutricional, entre otros.	4	4	4	4	
D3: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	3. Tiene conocimiento de que existe un alza en la tendencia de consumo de productos naturales a nivel mundial.	4	4	4	4	
		4	4	4	4	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (X) Externo ()
Apellidos y nombres:	<i>Toso Marchena, Luis Renato</i>
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	<i>Ingeniero Industrial</i>
Grado académico	Licenciado () Maestro (X) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 (X) De 21 a más ()
<i>Solamente para validadores externos</i>	
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

Validación 2 de 3

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 3: FACTORES CLAVES

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		CUESTIONARIO ESTRUCTURADO CON MEDICIÓN EN ESCALA DE LIKERT A LOS PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
Autor del Instrumento		RAYZA CHAVEZ VELARDE				
Variable 1:		FACTORES CLAVES				
Población:		PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
Dimensión / Indicador	ÍTEMS	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: CAPACITACIÓN						
I1: Cobertura	1. Alguna vez ha participado en un programa de capacitación sobre la producción del aguaymanto.		4	4	4	
	2. Ha participado en dos o más programas de capacitación (de cualquiera de los tipos de entidades, privadas y/o del estado).	4	3	4	4	
	3. Las entidades del estado realizan programas de capacitación constantes sobre producción de aguaymanto y herramientas para mejorar sus procesos.		4	4	4	
I2: Tiempo	1. Ha asistido a programas de capacitación con una duración mayor a un mes.		4	4	4	
	2. Considera que el tiempo de capacitación debe ser mayor a 15 días.	4	4	4	4	
	3. Los talleres brindados en una charla de capacitación deben durar mínimo 1 hora y media por sesión.		4	4	4	
I3: Calificaciones	1. Considera que las calificaciones son un reflejo de lo que ha aprendido en el programa de capacitación.		4	4	4	
	2. Considera que los resultados obtenidos se ajustan a los conocimientos aprendidos.	4	4	4	4	
	3. Ha sentido que las calificaciones otorgadas han sido justas frente a los conocimientos adquiridos.		4	4	4	
D2: ASOCIATIVIDAD						
I1: Nivel de Participación	1. Se involucra en generar opciones para facilitar sus labores y la toma de decisiones.		4	4	4	
	2. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra a profundidad en el proceso de homogeneización de los procedimientos para la producción del aguaymanto en la asociación.	4	3	4	4	
	3. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra a profundidad en la toma de decisiones de la asociación.		4	4	4	
I2: Nivel de Investigación	1. Se mantiene informado de los hechos o acciones que pueden favorecer y/o dificultar su proceso productivo.		4	4	4	
	2. Procura buscar nuevos métodos que están siendo aplicados en su competencia o en el mercado del aguaymanto para ofrecer un mejor producto.	4	4	4	4	
	3. Busca información antes de aplicar nuevos métodos y con ello evitar errores en sus procesos.		4	4	4	
I3: Nivel de Seguimiento	1. La asociatividad impulsará un mejor nivel de seguimiento con respecto al cultivo y producción.		4	4	4	
	2. Analizan los errores que se pueden dar en las decisiones y realizan las acciones correctivas necesarias.	4	4	4	4	
	3. Analizan de manera periódica las modificaciones tomadas en los procesos productivos para medir su efectividad.		4	4	4	

D3: TECNOLOGIA					
I1: Volumen de Producción	1. Consideran que el volumen de producción ha aumentado desde la implementación de tecnologías en sus procesos.		4	4	4
	2. Considera que la implementación de tecnología ha influido de manera directa en el volumen de producción.	4	4	4	4
	3. Usted y sus pares han homogeneizado sus procesos para los procesos productivos del aguaymanto para lograr un mayor volumen de producción.		3	4	4
I2: Calidad de Producción	1. Considera que la calidad de sus cosechas ha mejorado y/o aumentado desde la implementación de tecnologías.		4	4	4
	2. Considera de suma importancia el ofrecer un producto de alta calidad.	4	4	4	4
	3. Considera que la tecnología implementada permite satisfacer en mayor cantidad las necesidades de sus consumidores.		4	4	4
I3: Productividad	1. Considera que la productividad ha mejorado desde la				

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA N° 4: OFERTA EXPORTABLE

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:		CUESTIONARIO ESTRUCTURADO CON MEDICIÓN EN ESCALA DE LIKERT A LOS PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
Autor del Instrumento		RAYZA CHÁVEZ VELARDE				
Variable 2:		OFERTA EXPORTABLE				
Población:		PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
DIMENSIÓN / INDICADOR	ÍTEMS	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: PRODUCTO COMPETITIVO	1. El producto que ofrece cumple con los requisitos exigidos en el mercado.		4	4	4	
	2. Han analizado los precios de la competencia y realizado un estudio debido para poder colocar un precio apropiado al producto que ofrecen.	4	3	4	4	
	3. Ofrece un producto que puede encontrarse durante casi y/o todo el año en tiendas.		4	4	4	
D2: APERTURA COMERCIAL	1. Tiene conocimiento de que los tratados de libre comercio firmados pueden elevar la tendencia de compra actual.		4	4	4	
	2. Los tratados vigentes han aumentado el volumen de pedidos que tiene.	4	4	4	4	
	3. Tiene conocimiento de la gran demanda del mercado internacional por el producto del aguaymanto en sus diferentes presentaciones.		4	4	4	
D3: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	1. Entrega un producto de calidad y con buena presentación para diferenciarse de los competidores que ya se encuentran en el mercado.		4	4	4	
	2. Cuentan con la información necesaria para poder dar a conocer su producto, como los beneficios, su valor nutricional, entre otros.	4	4	4	4	
	3. Tiene conocimiento de que existe un alza en la tendencia de consumo de productos naturales a nivel mundial.		4	4	4	

5

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo ()
Apellidos y nombres:	LAOS LÓPEZ, JOSÉ ENRIQUE
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()
Profesión:	EPIC - ADMINISTRADOR
Grado académico	Licenciado () Maestro () Doctor <input checked="" type="checkbox"/>
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más <input checked="" type="checkbox"/>
Organización donde labora:	JESMES CONSULTING
Cargo actual:	CONSULTOR
Área de especialización	NEGOCIOS INTERNACIONALES
N° telefónico de contacto	996552545
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: jlaos@jesmes.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Por correo electrónico ()

Firma Validador Experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 3: FACTORES CLAVES

Nombre del instrumento motivo de evaluación:		CUESTIONARIO ESTRUCTURADO CON MEDICIÓN EN ESCALA DE LIKERT A LOS PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
Autor del instrumento		RAYZA CHAVEZ VELARDE				
Variable 1:		FACTORES CLAVES				
Población:		PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO				
Dimensión / Indicador	ÍTEMS	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: CAPACITACIÓN						
I1: Cobertura	1. Alguna vez ha participado en un programa de capacitación sobre la producción del aguaymanto.	4	4	4	4	
	2. Ha participado en dos o más programas de capacitación (de cualquiera de los tipos de entidades, privadas y/o del estado).	4	4	4	4	
	3. Las entidades del estado realizan programas de capacitación constantes sobre producción de aguaymanto y herramientas para mejorar sus procesos.	4	4	4	4	
I2: Tiempo	1. Ha asistido a programas de capacitación con una duración mayor a un mes.	4	4	4	4	
	2. Considera que el tiempo de capacitación debe ser mayor a 15 días.	4	4	4	4	
	3. Los talleres brindados en una charla de capacitación deben durar mínimo 1 hora y media por sesión.	4	4	4	4	
I3: Calificaciones	1. Considera que las calificaciones son un reflejo de lo que ha aprendido en el programa de capacitación.	4	4	4	4	
	2. Considera que los resultados obtenidos se ajustan a los conocimientos aprendidos.	4	4	4	4	
	3. Ha sentido que las calificaciones otorgadas han sido justas frente a los conocimientos adquiridos.	4	4	4	4	
D2: ASOCIATIVIDAD						
I1: Nivel de Participación	1. Se involucra en generar opciones para facilitar sus labores y la toma de decisiones.	4	4	4	4	
	2. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra a profundidad en el proceso de homogeneización de los procedimientos para la producción del aguaymanto en la asociación.	4	3	4	4	modificar la homogeneización más sencilla.
	3. Considera que usted y la mayoría de sus pares se involucra a profundidad en la toma de decisiones de la asociación.	4	4	4	4	
I2: Nivel de Investigación	1. Se mantiene informado de los hechos o acciones que pueden favorecer y/o dificultar su proceso productivo.	4	4	4	4	
	2. Procura buscar nuevos métodos que están siendo aplicados en su competencia o en el mercado del aguaymanto para ofrecer un mejor producto.	4	3	4	4	modificar la palabra métodos
	3. Busca información antes de aplicar nuevos métodos y con ello evitar errores en sus procesos.	4	3	4	4	idem
I3: Nivel de Seguimiento	1. La asociatividad impulsará un mejor nivel de seguimiento con respecto al cultivo y producción.	4	4	4	4	
	2. Analizan los errores que se pueden dar en las decisiones y realizan las acciones correctivas necesarias.	4	4	4	4	
	3. Analizan de manera periódica las modificaciones tomadas en los procesos productivos para medir su efectividad.	4	4	4	4	

D3: TECNOLOGÍA						
I1: Volumen de Producción	1. Consideran que el volumen de producción ha aumentado desde la implementación de tecnologías en sus procesos.	4	4	4	4	
	2. Considera que la implementación de tecnología ha influido de manera directa en el volumen de producción.	4	4	4	4	
	3. Usted y sus pares han <u>homogeneizado</u> sus procesos para los procesos productivos del aguaymanto para lograr un mayor volumen de producción.	4	3	4	4	modifica la palabra homogeneizado
I2: Calidad de Producción	1. Considera que la calidad de sus cosechas ha mejorado y/o aumentado desde la implementación de tecnologías.	4	4	4	4	
	2. Considera de suma importancia el ofrecer un producto de alta calidad.	4	4	4	4	
	3. Considera que la tecnología implementada permite satisfacer en mayor cantidad las necesidades de sus consumidores.	4	4	4	4	
I3: Productividad	1. Considera que la productividad ha mejorado desde la	4	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA N° 4: OFERTA EXPORTABLE

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO CON MEDICIÓN EN ESCALA DE LIKERT A LOS PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO					
Autor del instrumento	RAYZA CHAVEZ VELARDE					
Variable 2:	OFERTA EXPORTABLE					
Población:	PRODUCTORES DE AGUAYMANTO DEL DISTRITO DE VINCHOS, REGIÓN AYACUCHO					
DIMENSIÓN / INDICADOR	ÍTEMS	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: PRODUCTO COMPETITIVO	1. El producto que ofrece cumple con los requisitos exigidos en el mercado.	4	4	4	4	
	2. Han analizado los precios de la competencia y realizado un estudio debido para poder colocar un precio apropiado al producto que ofrecen.	4	4	4	4	
	3. Ofrece un producto que puede encontrarse durante casi y/o todo el año en tiendas.	4	4	4	4	
D2: APERTURA COMERCIAL	1. Tiene conocimiento de que los tratados de libre comercio firmados pueden elevar la tendencia de compra actual.	4	4	4	4	
	2. Los tratados vigentes han aumentado el volumen de pedidos que tiene.	4	4	4	4	
	3. Tiene conocimiento de la gran demanda del mercado internacional por el producto del aguaymanto en sus diferentes presentaciones.	4	4	4	4	
D3: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	1. Entrega un producto de calidad y con buena presentación para diferenciarse de los competidores que ya se encuentran en el mercado.	4	4	4	4	
	2. Cuentan con la información necesaria para poder dar a conocer su producto, como los beneficios, su valor nutricional, entre otros.	4	4	4	4	
	3. Tiene conocimiento de que existe un alza en la tendencia de consumo de productos naturales a nivel mundial.	4	4	4	4	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo ()			
Apellidos y nombres:	SARAVIA FERNANDEZ YURI			
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()			
Profesión:	ADMINISTRACION			
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 ()			
Organización donde labora:	Solamente para validadores externos			
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

ANEXO 5: CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO



CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO

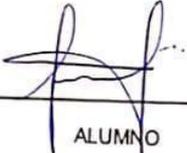
Por medio de la presente, informamos que la Asociación de Productores Frutales y Crianza de Animales Menores en el Valle Baja de Vinchos de los Hijos de Sion Huayllay, autoriza al alumno (a) Rayza Chavez Velarde, con código de matrícula No. 2013205447 de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, de la Universidad de San Martín de Porres, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su proyecto de investigación, la cual lleva por título: Factores clave para la generación de oferta exportable en los Productores de Aguaymanto del Distrito de Vinchos, Región Ayacucho.

1. Entrevista a Profundidad
2. Cuestionario a los productores que conforman la asociación
3. Fotos/Videos u otros medios probatorios necesarios para el Portafolio de Trabajo de Campo

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su Investigación con fines netamente académicos.

Se expide la presente **CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**, a solicitud del interesado (a), para los fines que estime conveniente.

Santa Anita, 11 de Abril de 2019


ALUMNO


PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN
20209744

ANEXO 6: APROBACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE CAMPO



CARTA DE APROBACIÓN PARA REALIZAR EL TRABAJO DE CAMPO

El profesor Mag. Nivardo Rios Angeles; de la asignatura de Investigación Empresarial Aplicada I, ha procedido a la lectura / revisión del Proyecto de Investigación titulado: Factores Claves que generan oferta exportable en los productores de aguaymanto del distrito de vinchos, region ayacucho

Presentado por: Rayza Chavez Velarde, con código 2013205447

Aprueba que el proyecto de investigación antes referido se encuentra **APTO** para realizar el trabajo de campo, debido a que cumple los requisitos exigidos por la norma interna vigente la cual señala entre ellos que, el instrumento fue validado por criterio de jueces o expertos o el instrumento fue validado por criterios normativos o de certificación.

Santa Anita, 21 de Noviembre de 2018

Mag. Nivardo Rios Angeles
Docente de la Asignatura IEA I

ANEXO 7: MATRIZ DE TABULACION DE DATOS - SPSS

ID	ED	SE	EC	ES	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37			
1	2	2	3	1	4	4	4	1	4	5	1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	4			
2	3	2	1	3	5	1	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4			
3	1	1	2	3	1	1	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
4	2	1	1	2	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
5	2	1	2	2	4	4	5	1	5	5	2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5		
6	2	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5			
7	1	1	2	2	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	
8	2	2	3	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	1	1	2	1	4	4	4	1	4	5	2	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	4		
10	2	1	2	1	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
11	1	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
12	3	2	3	1	5	4	3	1	4	5	2	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	4	5	4	
13	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	
14	3	1	3	1	4	4	5	1	4	4	1	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
15	3	2	1	1	4	5	5	1	4	5	1	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	
16	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
17	2	1	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
18	3	1	2	1	5	5	4	1	5	5	1	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	3	4	4	5	5	5		
19	2	1	1	2	5	5	4	1	5	5	2	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	
20	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5		
21	1	1	3	2	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
22	2	1	1	1	5	4	4	2	4	4	1	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	
23	1	1	3	2	5	4	4	1	4	5	1	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
24	2	1	3	1	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
25	2	1	3	2	5	4	4	1	4	4	1	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	
26	2	1	1	2	4	4	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
27	2	1	2	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	1	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
28	3	2	1	1	4	4	5	1	3	5	1	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	3	5	5	5	
29	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
30	3	2	1	2	4	5	5	1	3	5	1	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	
31	1	1	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	1	3	1	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
34	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
35	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
36	2	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
37	2	1	1	1	4	4	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
38	1	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	2	1	3	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	

ANEXO 8: EVIDENCIAS DEL TRABAJO DE CAMPO



Figura 9: Productores de aguaymanto del distrito de Vinchos
Fuente: Elaboración propia en base al trabajo de campo



Figura 10: Representantes de la Asociación Productores en Vinchos.
Fuente: Elaboración propia en base al trabajo de campo



Figura 11: Toma de encuestas en la Asociación Productores en Vinchos.
Fuente: Elaboración propia en base al trabajo de campo



Figura 12: Tecnificación del sistema de riego del aguaymanto en Vinchos
Fuente: Elaboración propia en base al trabajo de campo



Figura 13: Cosecha del aguaymanto en Vinchos - Ayacucho
Fuente: Elaboración propia en base al trabajo de campo