

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DEMENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ECONOMISTA**

**DESARROLLO DE CAPACIDADES LOCALES Y
FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTORES DE AGUAYMANTO, SAHUAL, LA
JALCA GRANDE, 2022**

Autor: Bach. Harly Bryan Linares Pizarro

Asesor: Dr. Benjamín Roldan Polo Escobar

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS-PERÚ

2023

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Linares Pizarro, Henry Bryan
DNI N°: 70131138
Correo electrónico: 70131138@untrm.edu.pe
Facultad: Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela Profesional: Economía

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
DNI N°: _____
Correo electrónico: _____
Facultad: _____
Escuela Profesional: _____

2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de apajamento, salsas, la Julia Grande, Etc.

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Pablo ESCOBAR BENJAMÍN SOLDAO
DNI, Pasaporte, C.E N°: 08295412
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0001-7056-7553>)

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: _____
DNI, Pasaporte, C.E N°: _____
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9620-0270>)

4. Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Immunología)

https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_fond.html
5.02.01 - ECONOMÍA.

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el/la autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

6. Autorización de publicación

El/los titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la Licencia creative commons de tipo BY-NC. Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 16 marzo, 2024

Bryan Pizarro
Firma del autor 1
Pablo Escobar
Firma del asesor 1

Firma del autor 2

Firma del asesor 2

DEDICATORIA

A MI FAMILIA

A mis padres que son el pilar más importante en mi vida. A mis hermanos, que gracias a su infinito amor y confianza me han alentado a lograr una formación profesional.

A MIS AMIGOS

A todas las personas, compañeros y docentes, que en el transcurso de mi carrera han y vienen aportando de diferentes maneras.

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque me concede la vida y me da fuerzas para seguir adelante y con su inmensa sabiduría ha puesto las personas e instrucciones apropiadas en mi arduo camino para lograr mis metas. A mi familia por su apoyo incondicional, llenos de principios y valores, han sabido guiarme por el buen sendero.

Al asesor Benjamín Roldan Polo Escobar quien me ha brindado las orientaciones y asesoría personalizada para ejecutar esta tesis, con su paciencia y tiempo para conceder del conocimiento práctico y científico.

Con orgullo e identidad, se agradece enormemente a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas y a la Escuela de Posgrado, alma máter de la educación superior Amazonense.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS**

Ph.D. Jorge Luis Maicelo Quintana

Rector

Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres

Vicerrector Académico

Dra. María Nelly Luján Espinoza

Vicerrectora de Investigación

Mag. Cirilo Lorenzo Rojas Mallqui

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL

UNIVERSIDAD NACIONAL TROMBAY
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

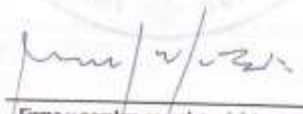
ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X) / Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Desarrollo de Capacidades locales y factores de Comercialización de Productores de ajonjolino, Sahuar, La Jirca Grande, 2022. del egresado Haily Bryan Linores Pizarro de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Economía de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 16 de diciembre de 2023


Firma y nombre completo del Asesor
Barbara Saldan Polo Escobar



JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Mag. Manuel Antonio Morante Dávila
Presidente



Dra. Rosa Ysabel Bazán Valque
Secretario



Dr. Alex Javier Sánchez Pantaleón
Vocal

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Desarrollo de Capacidades Locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sacha, la Jirca Grande, 2022.

presentada por el estudiante (Vegresado) Haily Bryan Linces Pizarro de la Escuela Profesional de Economía

con correo electrónico institucional 7013113841@untram.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 16 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor () / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 11 de diciembre del 2023


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



ANEXO 3 5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 31 de diciembre del año 2023, siendo las 9:00 horas, el aspirante: Harly Bryan Linares Rizarro, asesorado por Dr. Benjamín Roldán Polo Escobar defiende en sesión pública presencial (X) / a distancia () la Tesis titulada: Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La Julca Grande, 2022, para obtener el Título Profesional de Economista a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Manuel Antonio Morante Davila

Secretario: Dra. Rosa Yeabel Bazán Valque

Vocal: Dr. Alex Javier Sánchez Pantaleón

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.



Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) por Unanimidad (x) / Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión,

Siendo las 9:50 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

ÍNDICE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS.....	v
VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS.....	vi
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	vii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	22
2.1.POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO.....	22
2.2.TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	23
2.3.MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	24
2.4.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	25
2.5.PROCEDIMIENTO.....	26
2.6.ANÁLISIS DE DATOS.....	27
III. RESULTADOS.....	28
IV. DISCUSIONES.....	34
V. CONCLUSIONES.....	37
VI. RECOMENDACIONES.....	39
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla cruzada del desarrollo de capacidades y los factores de comercialización (%).....	30
Tabla 2. Correlación no paramétrica.	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagnóstico: Capacidades locales de los productores de aguaymanto, sector Sahual (%).....	28
Figura 2. Condiciones de operación en la comercialización de los productores de aguaymanto (%).....	29
Figura 3. Diagrama de dispersión OG.....	31

RESUMEN

La capacidad individual para llevar a cabo prácticas agrícolas adecuadas contribuye directamente a la calidad del aguaymanto producido. Esto, a su vez, impacta en la aceptación en los mercados locales e internacionales. En ese sentido se planteó el siguiente objetivo: Proponer un modelo de desarrollo de capacidades locales que permita mejorar los factores de comercialización de Aguaymanto de los productores de Sahual, del distrito de La Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas – 2022. La muestra estuvo representada por 46 productores. Se empleó una investigación a nivel descriptivo correlacional, propositivo. Según los resultados logrados se observan los hallazgos que respaldan la (HA), revelando una correlación positiva y moderada ($r=0.498$) entre el desarrollo de capacidades locales y la mejora de los factores de comercialización, con lo que nos permite proceder con viabilizar la propuesta prevista en la indagación, la importancia y trascendencia de la propuesta radican en su capacidad para fortalecer las capacidades locales, empoderar a la comunidad, impulsar el desarrollo económico sostenible y abordar aspectos clave de inclusión social y reducción de desigualdades en Sahual.

Palabras Claves: capacidades locales, Factores de comercialización, capacidad organizacional.

ABSTRACT

The individual ability to carry out proper agricultural practices directly contributes to the quality of the Aguaymanto produced. This, in turn, impacts acceptance in both local and international markets. In this context, the following objective was set: To propose a model for the development of local capacities that allows for the improvement of marketing factors for Aguaymanto among producers in Sahual, located in the district of La Jalca Grande, province of Chachapoyas, Amazonas region – 2022. The sample consisted of 46 producers. A descriptive correlational and propositional research approach was employed. According to the achieved results, findings supporting the alternative hypothesis (HA) were observed, revealing a positive and moderate correlation ($r=0.498$) between the development of local capacities and the enhancement of marketing factors. This allows us to proceed with the feasibility of the proposed inquiry. The significance and relevance of the proposal lie in its ability to strengthen local capacities, empower the community, promote sustainable economic development, and address key aspects of social inclusion and reduction of inequalities in Sahual.

Keywords: local capacities, marketing factors, organizational capacity.

I. INTRODUCCIÓN

El Perú, clasificado entre los 14 países más biodiversos globalmente por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y la UNESCO, alberga una diversidad ecológica significativa. La variabilidad geográfica única del país posibilita la producción de alimentos abundantes y diversos. Esta riqueza, se distingue por las notables disparidades en sus regiones, que propician la obtención de alimentos exquisitos y variados. Esta riqueza biológica, combinada con la habilidad y conocimiento de su capital humano, posiciona a Perú como un actor destacado a nivel internacional en el ámbito agroalimentario (PROMPERÚ, 2020).

Ante la perspectiva de expansión, el sector agrícola peruano ha emprendido iniciativas y ha desarrollado estrategias con el objetivo de mejorar su competitividad y capitalizar los beneficios inherentes a las nuevas oportunidades. En consonancia con las metas de crecimiento del sector, se observa que un número limitado de empresas ha alcanzado el éxito, principalmente debido a su capacidad de inversión y la agilidad en la adopción de métodos innovadores. Este éxito se traduce en la capacidad de estas empresas para competir a nivel internacional. Dada esta dinámica, identificamos una oportunidad de participación en el sector agroindustrial de alimentos, que ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años (Carrasco, 2018).

El Perú ha encaminado un notorio crecimiento acumulado del sector agrícola, alcanzando un impresionante 174% durante el período comprendido entre 1990 y 2016. Este destacado desempeño se ha visto impulsado principalmente por el dinamismo de productos como la uva, la palta y el cacao. Dicho dinamismo ha sido posible gracias a la expansión de las áreas de cultivo y las relaciones comerciales estratégicas que han facilitado la exportación de estos productos. Estos datos respaldan la percepción de oportunidades significativas en la aplicación y desarrollo de estrategias en el sector agrícola (López, 2019).

El notable desarrollo del sector agroindustrial en Perú en los últimos años es evidente. No obstante, este crecimiento no ha llegado a todas las empresas, incluyendo pequeños y medianos negocios del país. Diversos factores, especialmente en las etapas de producción y comercialización de alimentos, han

influido en esta disparidad de beneficios, al mismo tiempo, se requiere fortalecer las alianzas y el trabajo colaborativo con el sector privado, la sociedad civil y el mundo científico y académico (CEPAL, 2013)

La capacidad de los agricultores para aplicar prácticas agrícolas sostenibles depende de la infraestructura, la pobreza estructural, los mercados y los precios, entre otros factores. Esto significa que los encargados de formular políticas y las instituciones agrícolas deben centrarse en ajustar e implementar políticas para reducir las barreras en estas áreas que impiden la capacidad de los agricultores para realizar una transición exitosa a prácticas sostenibles (Piñeiro et al., 2020)

Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo principal identificar los elementos clave en la producción y comercialización que impulsarán el crecimiento del sector agroindustrial en el Perú. Nos referimos a la agroindustria como la vanguardia de la agronomía, fusionando aspectos industriales y técnicos para desarrollar metodologías y procedimientos más eficientes, maximizando el aprovechamiento de recursos y reduciendo al mínimo cualquier forma de desperdicio. La recopilación y análisis de información proporcionará a aquellos interesados en incursionar en este sector prometedor una comprensión detallada de los factores cruciales relacionados con la producción y comercialización de alimentos agroindustriales. Esto, a su vez, les permitirá continuar investigando y contribuyendo al impulso del sector agroindustrial.

Impulsar el consumo de frutas y verduras se ha convertido en un aspecto de vital importancia para varias naciones, debido a los índices de mala nutrición y obesidad que se están presentando por el consumo de alimentos con características perjudiciales para la salud de la población. Según Costell et al., (2010), la respuesta de los consumidores a los productos alimenticios está determinada por cuatro componentes diferentes. En primer lugar, los consumidores perciben las características sensoriales de un producto. En segundo lugar, el consumidor tiene una respuesta general a un producto, que es un componente afectivo. En tercer lugar, el consumidor aplica un componente cognitivo que está relacionado con la información que el consumidor tiene sobre el producto y las actitudes y creencias de los consumidores. Y, en cuarto lugar, la respuesta se ve afectada por un

componente conductual que implica las intenciones o acciones de las personas para el comportamiento futuro.

Dentro de la investigación desarrollada se tiene a bien plantear el siguiente problema de Investigación ¿Cuál son las características técnicas que tendrá la propuesta del modelo de Desarrollo de capacidades locales como mejora en los factores de Comercialización de Aguaymanto de los productores de Sahual, distrito de La Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas - 2022? A partir de ello se busca soluciones claras a partir del siguiente Objetivo general: Proponer un modelo de desarrollo de capacidades locales que permita mejorar los factores de comercialización de Aguaymanto de los productores de Sahual, del distrito de La Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas - 2022. Así mismo se plantea los siguientes Objetivos específicos: OE1. Realizar un diagnóstico de las capacidades locales de los productores de aguaymanto en el sector Sahual - distrito de La Jalca Grande, provincia de Chachapoyas región Amazonas. OE2. Conocer las condiciones de operación en la comercialización de los productores de aguaymanto, identificando su capacidad individual, capacidad organizacional, capacidad de los sistemas que les permita convertirse en líderes de desarrollo local- regional. OE3. Determinar la relación del desarrollo de capacidades locales y los factores de comercialización de aguaymanto de los productores de Sahual, del distrito de La Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas- 2022.

Dentro de las perspectivas de la indagación se hace alusión a los antecedentes de la investigación que permita dar un enfoque dentro de una apreciación de la:

Agencia Reuters (2020) señaló que la producción de los diversos productos entre ellos frutales y el café como una dinámica de crecimiento de exportación en el mundo cayó un 12.5 por ciento en 2019, un año débil del ciclo de producción bienal. Cuya incidencia se viene dando en estos últimos años. La caracterización del comportamiento internacional de provisiones orgánicas consigue introducciones con porcentajes exorbitantes con aportes anuales del 10.3%, teniendo en cuenta que el comprador es más exigente en los suministros que adquiere, solicitando productos orgánicos. Al presente el aguaymanto tiene muchas proporciones de impulso que busca incidir en la productividad por regiones siendo imprescindible promover su dispendio en el mercado local y externo, a fin de contribuir en la dinámica productiva caracterizada dentro de la agricultura familiar. Hoy en día la producción y exportación de este producto, se vienen posicionando en muchos

países como Colombia, Ecuador y Perú.

Samán (2019) El método de Agronegocios de Aguaymanto en Perú. Transacción productor - procesador, e inserción del aguaymanto en el mercado mundial. Universidad de Buenos Aires. País que aloja un sin número de variedades en flora y fauna en su territorio. De esta manera, se presenta dentro de contextos agroecológicos necesarios para alojar gran multiplicidad de recursos naturales. Por tales motivos, cada vez más incrementa su participación en los mercados mundiales. El aguaymanto, posee propiedades eficaces con una valoración en el mundo irradiado en tasas de crecimiento anual en sus exportaciones en los últimos años por ello es importante ahondar en la preparación de los actores que median a lo largo de esta técnica de agronegocios. La comercialización de bienes con estas características debe distinguir una estructura de gobernanza eficaz.

Sierra Exportadora (2020) este último año nuestro país consignó 2.6 millones de dólares, sustentado en la exportación de aguaymanto, como producto de tipo orgánico y en una menor proporción el tipo convencional. Teniendo como los trascendentales destinos a Estados Unidos, Países Bajos y Alemania, países que representaron más del 60% de las exportaciones totales de dicha fruta, la región Huánuco se destaca con la producción orgánica destinada para la exportación. Un aporte primordial en su comercialización se resalta un producto de tipo deshidratado el cual se puede acompañar con otros berries, granolas o frutos secos los cuales se viene exportando básicamente a Estados Unidos, Alemania entre otros países, representando el 86% de las exportaciones totales de este tipo. El aguaymanto es una fruta nativa del Perú, oriunda de los andes, que se produce en las regiones de Amazonas, Apurímac, Áncash, prioritariamente.

Romero y Saucedo (2019) en su proposición de perfeccionamiento de la plataforma vinculado a revalorar su cuantía del fruto nativo aguaymanto y su implantación al mercado de la Unión Europea, Caso Asociación de productores agropecuarios - poblado Piedra Colorada, Incahuasi - Lambayeque. El papel esencial fue sustentado dentro de la mejora de la nutrición, al encajar cambios primordiales en su forma de producción y demanda, propiciara una mejora de las economías rurales. Un trascendental problema que exteriorizan los productores en el departamento de

Lambayeque entre otras regiones es el bajo nivel competidor en cada una de las cadenas productoras. La actual indagación tiene como visión transcendental esbozar una propuesta de perfeccionamiento en la competitividad de la dinámica de puesta en valor del aguaymanto, propiciando un diagnóstico que permita focalizar los factores críticos en la cadena productiva que inciden en el talento de los industriales, así como formar los diversos mecanismos, estrategias y actividades que consienta lograr su posicionamiento en el mercado.

Hospina (2019) los componentes restrictivos de la apertura de producción para forjar un comercio exportable competidor del aguaymanto en la provincia de Huanta y Vinchos departamento Ayacucho. El procedimiento dentro de la comercialización de este fruto - producto ha poseído una transcendental evolución en los últimos años, forjado oportunidades de acción laboral viable para el Perú. Resaltando que en esta región no se ha alcanzado un posicionamiento en el mercado externo. Esta indagación tuvo un diseño exploratorio cualitativo su población muestral fue 10 productores, 12 asociaciones ligadas a la comercialización a nivel regional. La primordial restricción es que sólo el 40% de productores cuenta con grandes áreas de cultivo y el 60% tiene pequeñas hectáreas, hecho que afecta en el cumplimiento de las cantidades requeridas. Asimismo, el 70% de los agricultores considera que el costo del cultivo es viable para tener un mayor impacto en la rentabilidad.

León (2019) en su indagación enfocada en la Contingencia Mercantil para la producción y comercialización de aguaymanto en los valles de Huachuas, Lucanas – Ayacucho. A partir de los altos costos de inversión, la mancomunidad entre los agricultores de la zona a entidades del estado, vienen promoviendo el perfeccionamiento agrario con una visión de emprender una sociedad que sea distintiva de la zona. El incremento de la demanda de aguaymanto en el mercado nacional e internacional haría que los productores busquen organizarse y su trabajo colectivo permita incrementar su producción para la exportación y bajo este criterio permita mejorar las condiciones de cultivo y alcanzar mayores volúmenes para negociar con el mercado externo. El cual se añadiría como un interesante crecimiento socioeconómico para la región.

Espinoza (2019) en su estudio sobre la perspectiva en la instalación de una planta procesadora de aguaymanto deshidratado en la provincia de Celendín, la Emprendedora organización se presenta como una alternativa de producción de aguaymanto, fruto promisorio para lo cual es necesario identificar y optimar sus medios de conservación, conocimiento por las que se discurrió en el deshumedecimiento como una disyuntiva tecnológica viable y atractiva para el mercado local e internacional. La deshidratación como una alternativo viable en la preservación de frutas que representa la forma más efectiva de mantener los componentes esenciales del producto y de esta manera poder conservarlos por más tiempo. Floreciendo así una disyuntiva para los productores y poder llegar a nuevos mercados. En el estudio de mercado se viabilizo la oferta y demanda de aguaymanto deshidratado, la cual nos señala que estos alimentos naturales están acrecentándose en el mercado y no hay término para este tipo de fruto deshidratados, existiendo una demanda insatisfecha en el mercado.

En su indagación caracterizado por Alvarado y Muñoz (2019) la Propuesta de negocio: "Marketing y comercialización del aguaymanto orgánico en la organización de industriales agropecuarios Maripata- Opelel - Chachapoyas el enfoque de la indagación permite visionar los horizontes de la colectividad que le consienta convenir los valores y potencialidades para acrecentar sus extensiones de productividad en siembras de frutales nativos. Su ámbito de acción permite fijar una mejora de su producción y son providenciales ante la disponibilidad de terrenos fértiles con superficies profundas, valioso contenido de materia orgánica y fuentes de agua para riego permitiendo una programación de las cosechas y siembra de forma continua; se debe buscar alianzas para disminuir sus limitaciones frente a la escasa orientación técnica en la instalación y conducción técnica del cultivo, manejo post cosecha y un aspecto fundamental es tener un panorama en la inserción al mercado que es intensamente competitivo. Bajo este argumento se ciñe actividades para la consolidación de la organización local, el fortalecimiento de la cadena productiva, el perfeccionamiento tecnológico y la comercialización corporativa del producto. El afianzamiento organizacional y el fortalecimiento de la nueva plataforma generará un mayor valor a la producción que será vital para conseguir lograr una mejor caracterización del producto. Se prevé que la ventaja tecnológica, las estrategias para la mercantilización colectiva de este fruto, están relacionadas a

la promoción de la zona, la caracterización de los industriales y la promoción de dicho producto.

A partir de la indagación se plantea la siguiente hipótesis:

H1: Si se implementa un modelo de desarrollo de capacidades locales en la comunidad de Sahual, distrito de La Jalca Grande, enfocado en fortalecer las habilidades productivas, logísticas y de comercialización de los productores de Aguaymanto, entonces se observará una mejora significativa en los factores de comercialización de este cultivo durante el año 2022.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Población, muestra y muestreo

Población

La población de estudio está constituida por los 46 productores del sector Sahual del distrito de la Jalca Grande que producen prioritariamente aguaymanto entre otros cultivos.

Población muestral

La muestra para el presente estudio estará comprendida con la misma cantidad de productores identificada en la población a fin de que la muestra sea representativa.

Variables de estudio

Variable (VI): Capacidades locales

Variable (VD): Factores de comercialización

V.I.: Capacidades locales

La organización involucrada en la investigación, correspondería arrogarse la responsabilidad de apoyar en el fortalecimiento organizacional mediante el desarrollo de labores conjuntas tanto en la gestión administrativa y comunitaria, afin de mejorar sus potenciales productivos y organizacionales (Flores, 1994).

V.D.: Factores de comercialización

El procedimiento ordenado se hace limitado para valorar e influir sobre los atributos, procedimientos, potencialidades y derivaciones con el trabajo comunitario, se espera el fortalecimiento de nuevas capacidades relacionados a la comercialización (Mamaqui & Albisu, 2002).

Operacionalización de las variables

Descrito en el Anexo 1

2.2. Tipo y nivel de investigación

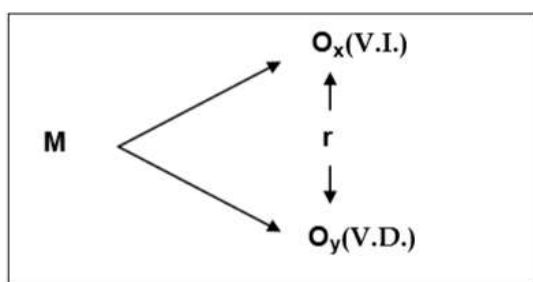
El tipo de investigación que se realizó es descriptiva, cuantitativa según Hernández et. al. (2010) consiente sostener que la indagación tenga un enfoque cuantitativo, los datos derivados de la muestra se procesan mediante el análisis estadístico descriptivo e inferencial (p. 4).

Dentro de su caracterización descriptiva: describe el entorno de la agrupación de productores de Sahual, del distrito de La Jalca Grande, tal y como se presenta en la realidad de los productores y sus perspectivas previstas dentro de dicha población identificada en la presente indagación.

Diseño de la investigación

Dentro de este proceso tiene dos momentos:

En primer momento la indagación es del tipo no experimental porque no se modificaran las condiciones de las variables del planeamiento estratégico y cierre de brechas, serán tomadas tal y como se encuentran, es transversal porque la información que se va utilizar en la presente exploración es correspondiente y relacionada al año 2022 y es correlacional por que busca estimar la relación existente entre las variables planteadas, la contrastación de la investigación partirá por la aplicación de un estadístico de correlación Rho de Spearman . Así el diseño es:



Donde:

M : Muestra de la investigación

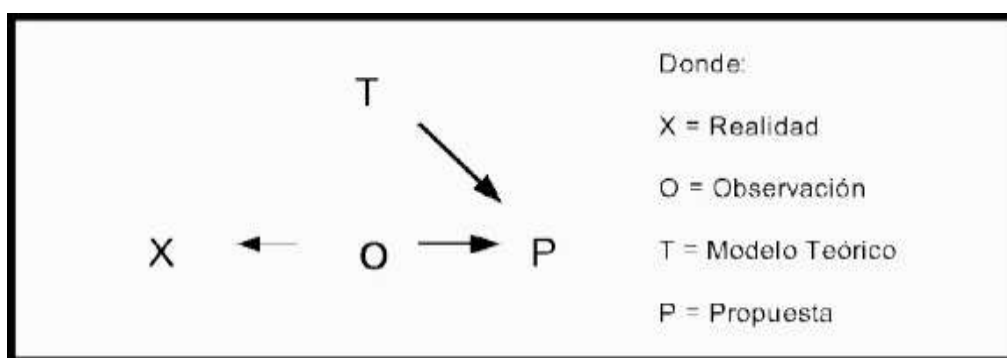
OX (V.I) : Observaciones de la variable independiente

OY (D.D) : Observaciones de la variable dependiente

r : Relación entre variables

En segunda instancia se presenta como una indagación Propositiva, fundamentada por forjar discernimiento, a partir de la labor del intelectual. Propende, además por el perfeccionamiento de la organización, con el desenlace de alcanzar valiosos niveles de obtención de nuevos reconocimientos científicos (Taylor & Bodgan, 1990).

Así como las líneas de investigación concuerda con las dimensiones que se despliegan doctrinas innovadoras enfocadas en la necesidad de solucionar problemas a nivel local y global. El modelo que corresponde al diseño es el siguiente:



2.3 Método de investigación

Método deductivo

Procedimiento que permitió tener un análisis escalonado que va desde un pensamiento general y lógico; sustentado en conceptos y principios hasta llegar a un hecho concreto facilitando la integridad analítica de la indagación (Sampieri, 2010). A partir de ello se podrá precisar según el diagnóstico las capacidades locales que conlleven a mejorar los factores de comercialización de los productores de aguaymanto.

Método sintético analítico, El método sintético permitió el análisis como medio para alcanzar su objetivo (Sampieri, 2010). En ese sentido, se realizará un diagnóstico mediante una interpretación objetiva, real y sistemática; en consecuencia, nos permita realizar un resumen.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

El manejo de las técnicas de indagación lo identifica como indispensable en el proceso del análisis de la organización. Para ello es importante resaltar:

Técnicas

Encuesta

Aspecto trascendental que utilizó en la recolección de información, las particularidades descriptivas del estudio. Los datos fueron coleccionados mediante un cuestionario cerrado bien constituido que nos consentirá acopiar antecedentes cuantitativos (Hernandez, 2014).

Técnica documental

Permitió el recojo de información seleccionada para el uso optimo y racional de los recursos registrados. Se acopió datos de fuentes secundarias como libros, revistas, folletos u otros materiales que se considere trascendental para robustecer la indagación.

Observación directa

Permitió acopiar la indagación asemejando el compromiso de campo teniendo contacto directo con la población, obteniendo una pesquisa confiable.

Instrumentos

a) Cuestionario

Contiene un conjunto de preguntas destinados a acopiar hechos en la muestra. Sus preguntas pretenden alcanzar información mediante las respuestas de la población (Tamayo y Siesquén, 2016). La cual está estructurada por preguntas de nivel ordinal según escala de Likert.

b) Ficha de registro de datos

Con ello el propósito es recoger datos importantes durante el trabajo de campo y que interesarán en la gestación del informe final.

c) Fichas bibliográficas

El propósito fue recoger datos bibliográficos, de fuentes documentales.

Las técnicas empleadas en la indagación se registrarán en los diferentes anexos.

2.5 Procedimientos

El propósito de indagación se relacionado con un ciclo de innovación, su preparación y validación de la indagación, se realiza precisamente con la contribución de la agrupación de industriales, del sector Sahual empleando materiales de cogida de reseñas didácticas en su uso.

Se realizó algunos talleres con las familias dedicadas a la producción de aguaymanto a fin de darles las pautas para la comercialización de su producto, además se aplicarán dinámicas participativas y capacitación con enfoque empresarial, involucradas con la actividad productiva y comercial en el cultivo de aguaymanto.

Internamente el proceso de la información estará basado en el análisis estadístico, que nos permitió el análisis estadístico descriptivo e inferencial, utilizando el SPSS V.26, Word y Excel 2010. Que nos permita contemplar el análisis mediante la correlación de Rho de Spearman. Contemplando tablas, figuras y diagramas de dispersión, así como su interpretación.

Validez y confiabilidad del instrumento

La medición de estos dos instrumentos estuvo dada previa aprobación del instrumento la cual se plateó su estructura en los anexos.

Nombre del Instrumento: Capacidades locales y Factores de comercialización

Autor: Harly Bryan Linares Pizarro. Procedencia: Chachapoyas – Amazonas, Perú. Fecha de elaboración: 10 de noviembre del 2021.

Objetivo: Recoger información sobre la relación que existe en los productores de aguaymanto del sector Sahual del distrito de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas.

Plan de recolección y procesamiento de datos

El progreso de las actividades va estar sujeto a una programación según las normativas de la universidad, teniendo en cuenta que el trabajo se realizará bajo estos lineamientos y fechas preestablecidas.

Según D'Alessio (2008). Dentro de esta etapa se delimitan los componentes a corto plazo y su disponibilidad financiera a cada uno de ellos, y se instituyen las políticas para cada destreza. Dentro de un contingente organizado es necesaria su innovación. El peor error es efectuar una táctica nueva usando una estructura antigua.

2.6 Análisis de datos

El proceso y observación de antecedentes se viabilizó con el uso de la herramienta Word, Excel y SPSS 26, teniendo en cuenta la sistematización, exploración, procesamiento y codificación de los datos. Estos fueron organizados en tablas de distribución de frecuencias, tablas cruzadas y luego aplicar el diseño estadístico.

Además, fue preciso indicar que se hizo uso del Alfa de Cronbach el cual permitió medir la confiabilidad y validez del instrumento por tres juicios de expertos, así mismo se utilizará la correlación estadística de Rho de Spearman y posteriormente de los resultados se realizará la propuesta.

Ética de la investigación

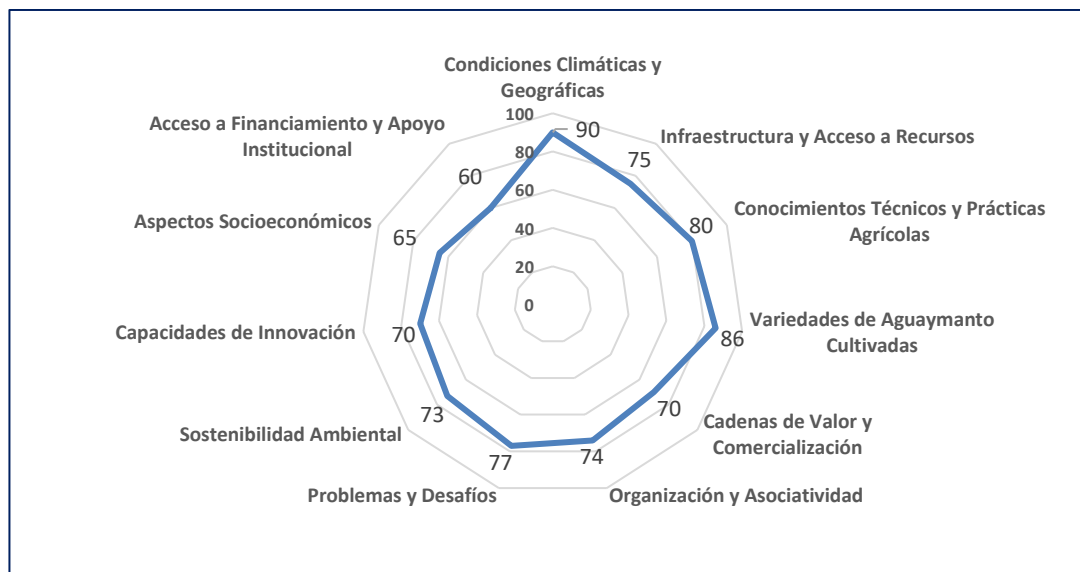
En la presente indagación se tuvieron en cuenta los principios éticos y deontológicos concernientes a la actividad científica, lo que garantizó la idoneidad de las experiencias y programaciones utilizadas para perfeccionar la investigación en su conjunto.

III. Resultados

OE1. Diagnóstico de las capacidades locales de los productores de aguaymanto en el sector Sahual - distrito de La Jalca Grande, provincia de Chachapoyas- Amazonas.

Figura 1

Diagnóstico: Capacidades locales de los productores de aguaymanto, sector Sahual (%)



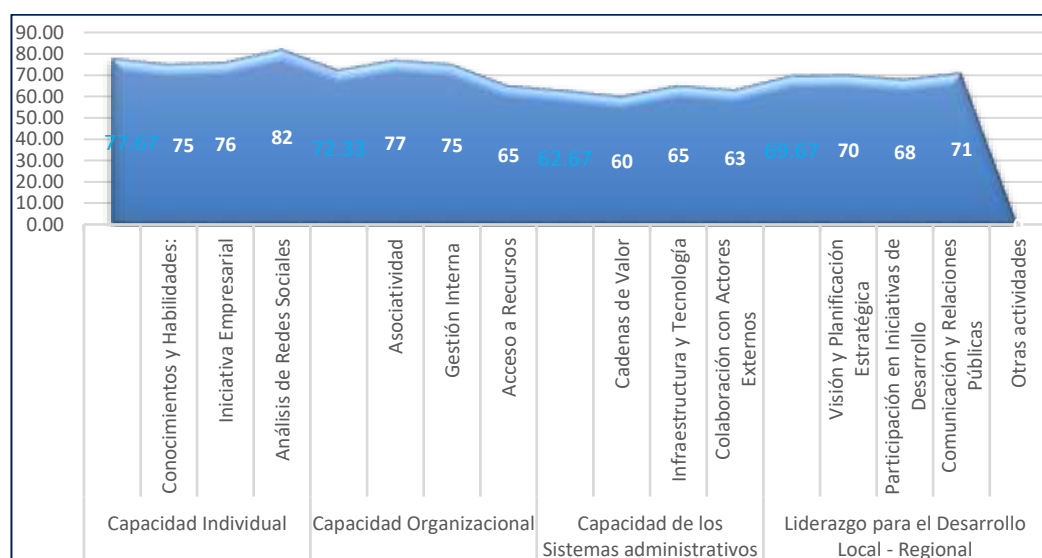
Análisis: En el marco del diagnóstico, se destaca una percepción positiva en múltiples áreas. La infraestructura y el acceso a recursos son considerados viables por el 80% de los involucrados. Las variedades de aguaymanto se perciben como altamente competitivas, con una trascendencia del 86%. Sin embargo, al examinar la cadena de valor y comercialización, el 70% la ve como una actividad en proceso. En términos de organización y asociatividad, se observa un progreso con un índice del 74%. La capacidad de innovación cuenta con el respaldo del 70%, y se reconoce la importancia de la sostenibilidad ambiental, alcanzando el 73%. Las condiciones climáticas favorables son destacadas por el 90%, mientras que se identifican problemas y desafíos en un 77%. Es esencial señalar que el aspecto socioeconómico presenta limitaciones, con un 65% manifestando restricciones. Esta limitación está vinculada al soporte y acceso al financiamiento, percibido como una necesidad urgente con un índice del 60%, subrayando la importancia del apoyo institucional. Esta evaluación proporciona una visión equilibrada de fortalezas y áreas de mejora.

Para la toma de decisiones estratégicas, se recomienda enfocarse en potenciar la cadena de valor y comercialización, así como abordar las limitaciones socioeconómicas a través de una estrategia coordinada con apoyo institucional. Esto maximizará el rendimiento general y promoverá un desarrollo sostenible en la producción de aguaymanto.

OE2. Condiciones de operación en la comercialización de los productores de aguaymanto, identificando su capacidad individual, organizacional y de los sistemas administrativos que les permita convertirse en líderes de desarrollo local- regional.

Figura 2

Condiciones de operación en la comercialización de los productores de aguaymanto (%)



Análisis: Los resultados derivados de la evaluación subrayan la significativa contribución de la capacidad individual de los productores, evidenciada por un sólido 77.67%. Esta destacada competencia a nivel individual se posiciona como un elemento trascendental que impulsa la eficacia organizacional en su conjunto. De manera paralela, la capacidad organizacional se manifiesta con un impactante 72.33%, destacando la cohesión y habilidades colectivas del grupo. La trascendencia de este aspecto es innegable, consolidando una base sólida para la consecución de objetivos compartidos. En el ámbito de los sistemas administrativos, se revela que un significativo 62.67% de los productores demuestra un manejo eficiente. Esta competencia administrativa no solo potencia la eficacia

interna, sino que también proyecta una imagen de profesionalismo que influye positivamente en su entorno operativo. El liderazgo emerge como un catalizador esencial en el desarrollo local, con un marcado 69.67%. Esta cifra, más allá de representar una mera posición de influencia, subraya la capacidad de guiar estratégicamente y movilizar recursos hacia metas compartidas. Este análisis ofrece un panorama que destaca la fuerza individual, cohesión organizacional, eficiencia administrativa y liderazgo inspirador como elementos trascendentales. Estas perspectivas proporcionan una base sólida para la toma de decisiones estratégicas, enfocadas en potenciar estas fortalezas fundamentales y asegurar un desarrollo continuo y sostenible en la organización.

OE3. Determinar la relación del desarrollo de capacidades locales y los factores de comercialización de aguaymanto de los productores de Sahual, del distrito de La Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas- 2022.

Tabla 1

Tabla cruzada del desarrollo de capacidades y los factores de comercialización (%)

		Capacidades locales			Total	
			Eficiente	Regular	Deficiente	
Factores de comercialización	Bueno	Recuento	8	11	5	24
		% del total	17.39	23.91	10.87	52.17
	Regular	Recuento	6	10	6	22
		% del total	13.04	21.74	13.04	47.83
Total	Recuento	14	21	11	46	
	% del total	30.43	45.65	23.91	100	

Análisis: Según los datos presentados en la tabla, se observa que solo el 30.43% de los productores indicaron que los factores de comercialización se llevan a cabo de manera eficiente, mientras que el 45.65%, también lo considera como regular. Por otro lado, el 23.91% restante de los productores señala que los elementos dentro de la planificación en el mercadeo presentan deficiencias y necesita mejoras en su estructura organizacional.

Análisis de la hipótesis

HGo: No existe una relación significativa entre el desarrollo de capacidades locales y los factores de comercialización de aguaymanto en los productores de Sahual, del distrito de La Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas- 2022.

HG1: Existe una relación significativa entre el desarrollo de capacidades locales y los factores de comercialización de aguaymanto en los productores de Sahual, del distrito de La Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, región Amazonas- 2022.

Tabla 2

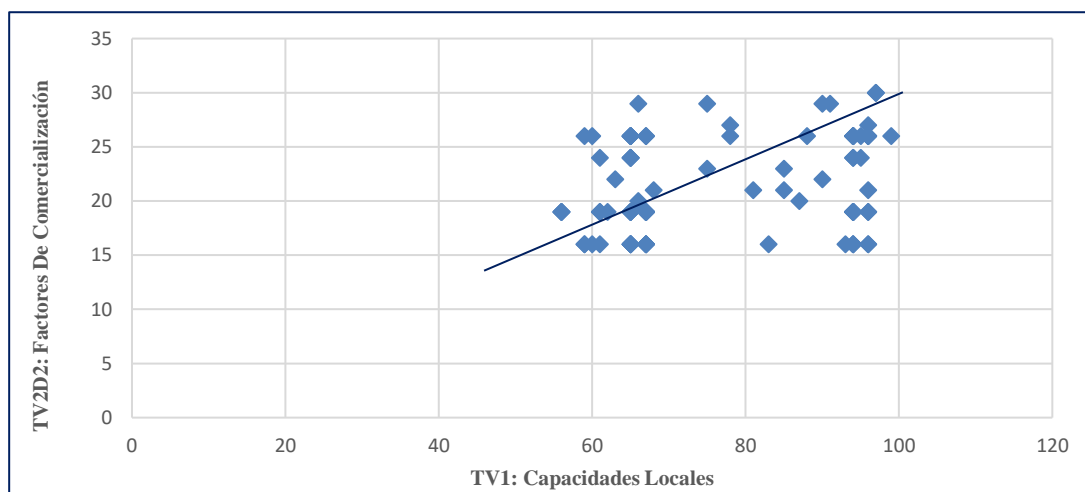
Correlación no paramétrica.

			Factores de comercialización	Capacidades locales
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1.000	0.498**
	Factores de comercialización	Sig. (bilateral)		0.017
		N	46	46
	Capacidades locales	Coefficiente de correlación	0.498**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.017	
		N	46	46

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

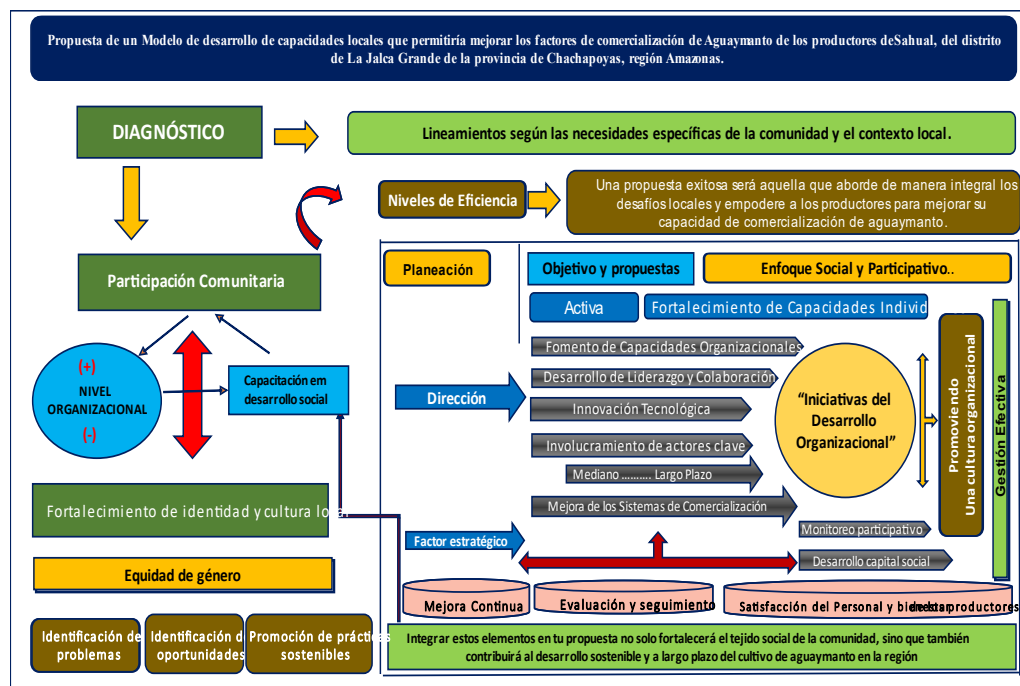
Figura 3

Diagrama de puntos de la prueba de la hipótesis



Toma de decisiones: En relación con el planteamiento de la hipótesis, los resultados de nuestra investigación revelan un coeficiente de correlación significativo ($r = 0.498$), subrayando una correlación positiva y moderada. Este descubrimiento, respaldado por un nivel de significancia inferior al 5%, implica de manera concluyente que una ejecución efectiva en el desarrollo de capacidades locales conlleva necesariamente a una mejora en los factores de comercialización. Esta mejora no solo se anticipa como trascendental desde una perspectiva productiva, sino que también aporta equilibrio a la organización de productores de aguaymanto.

OG. Propuesta de un modelo de desarrollo de capacidades locales que permitirá mejorar los factores de comercialización de Aguaymanto de los productores de Sahual.



Objetivo General:

Desarrollar un modelo sostenible de capacidades locales que fortalezca las habilidades y conocimientos de los productores de Aguaymanto en Sahual, con el fin de mejorar significativamente los factores de comercialización, promoviendo así el crecimiento económico y la resiliencia en el distrito de La Jalca Grande, provincia de Chachapoyas, región Amazonas, para el año 2023.

Fines:

Fortalecimiento de Capacidades Productivas: Implementar programas de formación y capacitación para mejorar las prácticas agrícolas, garantizando una producción de Aguaymanto de alta calidad y sostenible.

Optimización de la Cadena de Valor: Establecer una cadena de valor eficiente, desde la cosecha hasta la comercialización, mediante la introducción de prácticas logísticas y de procesamiento mejoradas.

Mejora en la Calidad del Producto: Facilitar la adopción de estándares de calidad y prácticas agrícolas sostenibles para elevar la calidad del Aguaymanto producido y, por ende, su valor en el mercado.

Diversificación de Productos y Mercados: Fomentar la diversificación de productos derivados del Aguaymanto y explorar nuevos mercados locales, nacionales e internacionales para ampliar las oportunidades comerciales.

Promoción y Marketing: Desarrollar estrategias de marketing efectivas para promover el Aguaymanto de Sahual, destacando sus cualidades únicas y beneficios, tanto a nivel local como en mercados más amplios.

Fortalecimiento de la Organización Comunitaria: Fomentar la colaboración entre los productores, creando cooperativas o asociaciones que les permitan acceder a recursos compartidos y negociar en mejores condiciones.

Inclusión de Tecnologías y Prácticas Innovadoras: Introducir tecnologías agrícolas innovadoras y prácticas sostenibles para mejorar la eficiencia y productividad de los productores.

Desarrollo de Alianzas Estratégicas: Establecer alianzas con instituciones gubernamentales, ONG, empresas privadas y otros actores clave para garantizar el apoyo continuo y la sostenibilidad del modelo propuesto.

Medición y Evaluación del Impacto: Implementar un sistema de monitoreo y evaluación para medir el impacto de las intervenciones, permitiendo ajustes continuos para maximizar los resultados positivos.

Alineando todos es criterios o fines con el objetivo general ayudará a construir una propuesta integral y enfocada que tenga un impacto significativo en el desarrollo de capacidades locales y la mejora de la comercialización de Aguaymanto en Sahual.

IV. DISCUSIÓN

En relación con el resultado en la hipótesis prevista en la indagación, nuestra investigación revela un notorio coeficiente de correlación ($r = 0.498$), destacando una correlación positiva y moderada. Este hallazgo, respaldado por una significancia estadística por debajo del 5%, confirma de manera concluyente que la ejecución efectiva en el desarrollo de capacidades locales es imperativa para potenciar los factores de comercialización. Este avance, proyectado como trascendental desde una perspectiva productiva, va más allá al equilibrar y fortalecer la estructura organizativa de los productores de aguaymanto. Este resultado no solo arroja luz sobre la necesidad de eficacia en las operaciones, sino que también destaca el papel esencial de la sinergia entre desarrollo de capacidades y el éxito comercial sostenible.

A partir de ello se puede indicar que la trascendencia se relaciona con lo vertido por la agencia Reuter (2020), quien manifiesta que, en la actualidad, el aguaymanto se erige como una fuente de impulso con el potencial de transformar la productividad a nivel regional. Es imperativo fomentar su presencia tanto en el mercado local como en el internacional, contribuyendo así de manera esencial a la dinámica productiva inherente a la agricultura familiar. Observamos con interés cómo la producción y exportación de este producto están consolidando su presencia en diversas naciones, destacando especialmente en Colombia, Ecuador y Perú. Este posicionamiento global no solo subraya su valor intrínseco, sino que también abre la puerta a nuevas oportunidades estratégicas que pueden fortalecer aún más su papel en el panorama agrícola internacional.

Así mismo Samán (2019) resalta de manera magistral, el aguaymanto se presenta como un elemento esencial en contextos agroecológicos propicios para albergar una amplia diversidad de recursos naturales. Su creciente participación en los mercados mundiales encuentra su fundamento en propiedades excepcionales, reflejadas en tasas de crecimiento anual destacadas en las exportaciones recientes. Esta distinción global resalta la necesidad imperante de profundizar en la capacitación de los actores clave que guían este intrincado entramado de agronegocios.

La comercialización de productos con tales atributos demanda una estructura de

gobernanza eficaz, consolidando así la trascendencia de esta práctica en la escena internacional. La preparación meticulosa de los involucrados se erige como un componente esencial para maximizar el potencial del aguaymanto en un mercado global que valora no solo su exquisita calidad, sino también su contribución singular a la sostenibilidad y prosperidad económica.

Dentro del análisis de resultados, en la Jalca se puede resaltar que emerge una narrativa de capacidades excepcionales por parte de los productores. La capacidad individual destaca con un impresionante 77.67%, evidenciando no solo habilidades técnicas, sino una valiosa competencia intrapersonal. Este factor, indudablemente trascendental, actúa como un pilar fundamental para el éxito organizacional. La capacidad organizacional se manifiesta de manera contundente, alcanzando un sólido 72.33%. Esta cohesión y sincronización colectiva fortalecen la base de la organización, generando un entorno propicio para alcanzar metas ambiciosas y compartidas. En ese sentido se puede comparar resaltando a León (2019), En respuesta a los desafíos asociados con los elevados costos de inversión, la colaboración solidaria entre los agricultores locales y las entidades estatales ha gestado un impulso significativo hacia el perfeccionamiento agrario. Este enfoque no solo busca el fortalecimiento económico, sino que aspira a construir una sociedad única y distintiva en la región. La creciente demanda de aguaymanto, tanto a nivel nacional como internacional, se erige como un catalizador para la organización colectiva de los productores. Este esfuerzo colaborativo no solo tiene el potencial de incrementar la producción destinada a la exportación, sino que también se convierte en la piedra angular para mejorar las condiciones de cultivo. A través de este criterio, se persigue alcanzar volúmenes más robustos para negociar con el mercado externo, generando un impacto directo en el bienestar y prosperidad de la comunidad agraria. Este notable crecimiento socioeconómico no solo representa una respuesta pragmática a los desafíos económicos, sino que también se convierte en un tejido enriquecedor que fortalece los lazos sociales y fomenta una identidad regional única. Este proceso no solo impulsa la economía local, sino que también teje un tapiz social sostenible, resaltando así la importancia del aguaymanto como un impulsor no solo de negocios, sino también de un tejido social resiliente y colaborativo.

En relación a Hospina (2019) se puede resaltar que los elementos limitantes para

establecer una producción que sea competitiva en la exportación de aguaymanto en las regiones de Huanta y Vinchos, ubicadas en el departamento de Ayacucho, han sido un desafío notable. La dinámica de comercialización de este fruto ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, generando oportunidades laborales valiosas para el país. Es crucial resaltar que, a pesar de este progreso, la región aún no ha logrado asegurar una posición en los mercados internacionales. La limitación principal identificada es que solo el 40% de los productores tiene extensas áreas de cultivo, mientras que el 60% se limita a hectáreas más reducidas, lo que impacta negativamente en la capacidad para cumplir con las cantidades requeridas. Además, el 70% de los agricultores percibe que el costo del cultivo es sostenible y contribuirá a una mayor rentabilidad.

En ese sentido a partir de ello se puede indicar que, dentro del ámbito de los sistemas administrativos, refleja una destreza operativa que va más allá de la eficiencia interna; proyecta una imagen de profesionalismo que impacta positivamente en la percepción del entorno operativo. Estos resultados, resumidos en una perspectiva ejecutiva, delinean áreas de excepcional fortaleza individual, cohesión organizacional, eficiencia administrativa y liderazgo estratégico. Estas fortalezas críticas son la base sobre la cual se pueden diseñar decisiones ejecutivas para impulsar un crecimiento sostenible y una excelencia continua en la organización.

V. CONCLUSIÓN

Respecto al primer objetivo específico se destaca una percepción positiva en múltiples áreas. La infraestructura y el acceso a recursos son considerados viables por el 80% de los involucrados. Las variedades de aguaymanto se perciben como altamente competitivas, con una trascendencia del 86%. Sin embargo, al examinar la cadena de valor y comercialización, el 70% la ve como una actividad en proceso. En términos de organización y asociatividad, se observa un progreso con un índice del 74%. La capacidad de innovación cuenta con el respaldo del 70%, y se reconoce la importancia de la sostenibilidad ambiental, alcanzando el 73%. Para la toma de decisiones estratégicas, se recomienda enfocarse en potenciar la cadena de valor y comercialización, así como abordar las limitaciones socioeconómicas a través de una estrategia coordinada con apoyo institucional.

Respecto al segundo objetivo específico se tiene que la capacidad individual de los productores, evidenciada por un sólido 77.67%. Esta destacada competencia a nivel individual se posiciona como un elemento trascendental que impulsa la eficacia organizacional en su conjunto. De manera paralela, la capacidad organizacional se manifiesta con un impactante 72.33%, destacando la cohesión y habilidades colectivas del grupo. La trascendencia de este aspecto es innegable, consolidando una base sólida para la consecución de objetivos compartidos. En el ámbito de los sistemas administrativos, se revela que un significativo 62.67% de los productores demuestra un manejo eficiente. Esta competencia administrativa no solo potencia la eficacia interna, sino que también proyecta una imagen de profesionalismo que influye positivamente en su entorno operativo. El liderazgo emerge una postura en el desarrollo local, con un marcado 69.67%. Esta cifra, representa una posición de influencia, subraya la capacidad de guiar estratégicamente y movilizar recursos hacia metas compartidas.

Respecto al tercer OE, los hallazgos respaldan la (HA), revelando una correlación positiva y moderada ($r=0.498$) entre el desarrollo de capacidades locales y la mejora de los factores de comercialización. Con un nivel de significancia menor al 5%, podemos concluir que un enfoque efectivo en el desarrollo de capacidades locales se traduce en un impacto positivo en la organización de productores. siendo importante mantener una ejecución sólida con una destacada capacidad

organizativa y sistemas administrativos eficientes para impulsar el crecimiento sostenible en la comercialización del aguaymanto.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la asociación de productores de aguaymanto de Sahual, enfocar la mejora de la comercialización de Aguaymanto en Sahual desde una perspectiva social la cual implica priorizar la equidad, la inclusión y el bienestar comunitario. En primer lugar, es esencial desarrollar habilidades sociales entre los miembros de la asociación a través de programas de capacitación que fortalezcan la comunicación y la colaboración. Este enfoque busca no solo mejorar la eficiencia operativa, sino también fomentar relaciones interpersonales sólidas y equitativas.

Además, se recomienda a los productores de aguaymanto de Sahual, proponer una estrategia inclusiva que garantice la participación equitativa de todos los grupos, incluidas mujeres, jóvenes y personas mayores. Se busca no solo la igualdad de oportunidades, sino también el reconocimiento y respeto de la diversidad cultural presente en la comunidad. Al impulsar la inclusión, se promoverá un sentido de pertenencia y cooperación más sólido.

Finalmente, se recomienda a la asociación de productores de aguaymanto de Sahual, que deben comprometerse a compartir los beneficios generados con la comunidad en su conjunto. Desde la creación de fondos comunitarios hasta proyectos de infraestructura y programas sociales, esta iniciativa busca no solo mejorar la situación económica de los productores sino también contribuir al desarrollo integral y sostenible de Sahual. Este enfoque social busca no solo mejorar la comercialización del Aguaymanto, sino también construir una base sólida para una comunidad próspera y equitativa.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, Castillo; E.; Muñoz Guevara, Y. (2019). *Plan de Negocio: "Producción Y Comercialización de Aguaymanto Orgánico - Asociación de Productores Agropecuarios Maripata-Opelel -Chachapoyas -Amazonas.*
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Chile); FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Italia); IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Costa Rica). (2013). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2019-2020.* <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8214/BVE19040295e.pdf;jsessionid=824DE5BE07A636EF5E7E6AA62F11A577?sequence=1>
- Costell, E., Tárrega, A., & Bayarri, S. (2010). Food acceptance: the role of consumer perception and attitudes. *Chemosensory perception*, 3(1), 42-50.
- D'Alessio. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia.* Pearson Educación de México S.A. De C.V.
- Espinoza Meléndez, Rocío P. (2019). *Estudio de Prefactibilidad para la instalación de una planta procesadora de aguaymanto deshidratado en la provincia de celendín.*
- Flores, Fernando. (1994). *Creando organizaciones para el futuro.* Santiago: Dolmen.
- Hernández et. al. (2010). *Metodología de la investigación.* http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/134/Arce_Malvas_tesis_maestr%C3%ADa_2014.pdf?sequence=1
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigación.* In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Hospina Schaefer, Ana F. (2018). *Factores limitantes en el proceso de producción para generar una oferta exportable competitiva del aguaymanto en la provincia de Huanta y Vinchos departamento Ayacucho .*
- León Carrasco, J. C. (2018). *Evolución del sector agrícola es resultado de políticas de apertura comercial y promoción de la inversión extranjera.* <https://agraria.pe/noticias/evolucion-del-sector-agricola-es-resultado-de-politicas-16389>
- León Huamaní, Luis Alfredo. (2019). *Estudio de la Viabilidad Económica para la producción y comercialización de aguaymanto en los valles de HuacHuas, Lucanas – Ayacucho.*

- López de Castilla Koster, M. (2019). Intercambio comercial del Perú antes y después de los acuerdo de libres comercio. *Universidad de Montevideo, Montevideo (Tesis de Maestría)*. <http://www.um.edu.uy/docs/tesisfder-intercambio-comercial-del-peru.pdf>
- Mamaqui, X., Meza, L., & Albisu, L. M. (2002). Factores que influyen en la competitividad y estrategias de las empresas agroindustriales en Aragón, España. *Agroalimentaria* (14), 69-88. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5833438.pdf>
- Piñeiro et al. (2020). Diseño de incentivos para una agricultura sostenible.
- PROMPERU. (2020). Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.
- Reuters. (2017). *Comportamiento del café en Brasil*. <https://lta.reuters.com/article/businessNews/idLTAKBN1EF1KS-OU SLB;lta.reuters.com>
- Romero Acuña, Mirna Sarita; Saucedo Sandoval, Claudia Fabiola. (2019). *Propuesta de mejora de la competitividad de la cadena de valor del aguaymanto y su inserción al mercado de la Unión Europea –caso: Asociación de productores agropecuarios, forestal, acuícola, vertiente la leche (APAFAVEL), del caserío Piedra Colorada. - Incahuasi, Ferreñafe, Lambayeque.*
- Samán Chingay, Saraí N. (2019). *El Sistema de Agronegocios de Aguaymanto en Perú. Transacción productor - procesador, e inserción del aguaymanto en el mercado mundial. Universidad de Buenos Aires.*
- Sampiere, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. (pág. 509). Mexico: McGraw Hill.
- Sierra exportadora. (2020). *Más del 80% de aguaymanto que exportó Perú en el 2020 fue orgánico*. <https://www.gob.pe/institucion/sse/noticias/419025-mas-del-80-de-aguaymanto-que-exporto-peru-en-el-2020-fue-organico>
- Tamayo, C., & Siesquén, I. (2016). *Técnicas de recolección de datos. Tesis de posgrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Ancash, Perú* . <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>
- Taylor, S. & Bodgan, R. (1990). *Introducción a los métodos cualitativos y cunatitativos de investigación*. Barcelona, España: Paidós.

Anexos

Anexo 1

Operacionalización de variables

Nombre de la variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
(V. I.) Capacidades locales	Capacidades locales es un conjunto de activos individuales, de las asociaciones e instituciones que existen dentro de las comunidades Kretzman y McKnight (1993)	Capacidad individual	• Diagnóstico de la comunidad: visión, recursos económicos, humanos físicos y políticos. Participación en equipo de trabajo: Roles asignados.	P1, P2, P3, P4, P5	Encuesta a Productores Documento de gestión Cuestionario: 1= Nunca 2= Raras veces 3=Algunas veces 4= Casi siempre 5=Siempre
		Capacidad organizacional	Nivel organizativo, Aprenden a organizarse y fijan objetivos en común, gestión administrativa, Capacitación	P6, P7, P8, P9, P10	
		Capacidad de sistemas Administrativos	Condiciones favorables a partir de estrategias: Documento de gestión, trabajo colaborativo, alianzas interinstitucionales Toma de decisiones Resolución de problemas	P11, P12, P13, P14, P15	
(V. D.) Factores de comercialización	Factores de comercialización: modo sistemático para medir, evaluar e influir sobre los atributos, con el trabajo, (Aguirre, 2000).	Organización Comercial	Tratamiento de la información, Estilo de liderazgo, Cumplimiento de funciones, manejo de prioridades, resolución de problemas	P1, P2 P3, P4, P5	
		Infraestructura comercial	Disponibilidad y calidad de los lugares de acopio Disponibilidad y calidad de los medios de transporte. Promoción comercial, mercado local y nacional	P6 P7, P8 P9, P10	
		Información comercial	Gestión de bases de datos internos y externos Estándares de calidad, capacidad productiva, atención en el servicio que realizan	P11, P12, P13, P14, P15	
		Apoyo técnico	Actividades en el tiempo permitido Identificación de los medios de transporte Seguridad en las transacciones Confianza en los clientes Apoyo institucional a la comercialización	P16, P17, P18, P19, P20	

Anexo 2 Cuestionario de Trabajo V1

El presente cuestionario tiene por finalidad obtener datos e información que permita elaborar el diagnóstico situacional de la asociación productores de Sahual, distrito de la Jalca Grande de la provincia de Chachapoyas, Amazonas-2021. En ese sentido se requiere su colaboración a fin de responder las preguntas, marcando con una “X”, el casillero según su opinión en relación a lo que acontezca en su asociación. Se agradece su colaboración

A continuación, se muestra los casilleros de respuesta con sus correspondientes valores

5	4	3	2	1
Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente desacuerdo

Nro.	Ítems	5	4	3	2	1
	VI: Capacidades locales					
	Dimensión: Capacidad Individual					
1	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con sus documentos de gestión: visión, misión y valores					
2	Diría usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con los recursos económicos suficientes para enfrentar con éxito un plan de comercialización y exportación					
3	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene una comunicación abierta					
4	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto viene realizando un trabajo en equipo					
5	La organización de productores de aguaymanto cumple con realizar sus roles					
	Dimensión: Capacidad Organizacional					
6	Considera Usted que como productor está capacitado técnicamente para enfrentar exitosamente un plan de producción					
7	Considera Usted que como productor apoyaría activamente en el desarrollo de la asociación de productores de aguaymanto					
8	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con el recurso humano, técnico y profesional para gestionar administrativamente el manejo de la producción y la exportación					
9	Cree Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con la infraestructura para operar eficientemente sus actividades productivas y comerciales					
10	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene la información necesaria que le permite realizar una gestión comercial óptima					
	Dimensión: Capacidad de sistema					
11	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con los instrumentos de gestión actualizados (planes, manuales, capacitación, presupuestos, etc.), necesarios para una gestión de calidad					
12	Se podría decir que los integrantes de la asociación de productores trabajan integradamente con una visión clara en el cumplimiento de sus objetivos como organización					
13	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una estructura orgánica moderna con un manual de funciones apropiado para el cumplimiento					

	de sus objetivos						
14	La asociación cuenta con estrategias colaborativas y alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones del medio, así como del exterior que le permitan el logro de sus objetivos						
15	La toma de decisiones oportuna en la asociación de productores de aguaymanto permite una mejora de las actividades						
	V2: Factores de Comercialización						
	Dimensión: Organización Comercial						
16	Busco activamente la información necesaria para resolver los problemas o desarrollar recomendaciones						
17	Yo se organizar las cosas para que la información fluya eficazmente en la organización						
18	Se usar las técnicas analíticas para resolver problemas						
19	Yo estimo hábilmente el tiempo que toma terminar un trabajo y manejo mis prioridades						
20	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una programación de reuniones y actividades que le permiten trabajar activamente en la resolución de problemas.						
	Infraestructura comercial						
21	Existen medios o mecanismos pre establecidos para la resolución de problemas corporativos o de carácter institucional						
22	Presenta las facilidades requeridas para la entrega del producto						
23	Cuentan los productores como la asociación con los vehículos, maquinaria e instrumentos necesarios para una distribución optima						
24	Como proveedor Usted cubre el mercado abasteciendo el mercado local y nacional						
25	Considera usted que el precio del producto son los adecuados						
	Información Comercial						
26	Considera usted que los productores cuentan con un producto que cumple con los estándares de calidad según los requerimientos del mercado internacional						
27	Usted cree que los productores de aguaymanto tienen suficiente producción para abastecer el mercado durante todo el año						
28	Cuenta la asociación con mecanismos de promoción de los productos y las marcas tanto a nivel nacional como al exterior que le permitan posicionar su marca						
29	Cuenta la asociación con los medios y mecanismos publicitarios necesarios para impulsar y promover las ventas nacionales y las exportaciones						
30	Los productores de aguaymanto ofrecen un servicio rápido a los clientes						
	Dimensión: Apoyo técnico						
31	La organización realiza los procesos en el tiempo permitido						
32	Los vehículos en que se transporta el producto son bien presentados						
33	El comportamiento de los empleados trasmite confianza a los clientes						
34	Usted cree que el cliente se siente seguro con las transacciones que hace con la organización						
35	La organización ha recibido apoyo de otras instituciones en la comercialización de su producto						

Anexo 3 Validación de instrumentos

FICHA DE VALIDACIÓN

Encuesta: Capacidades locales

Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La Jalca Grande, 2022

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con sus documentos de gestión: visión, misión y valores	X		X		X	
2	Diría usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con los recursos económicos suficientes para enfrentar con éxito un plan de comercialización y exportación	X		X		X	
3	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene una comunicación abierta	X		X		X	
4	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto viene realizando un trabajo en equipo	X		X		X	
5	La organización de productores de aguaymanto cumple con realizar sus roles	X		X		X	
6	Considera Usted que como productor está capacitado técnicamente para enfrentar exitosamente un plan de producción	X		X		X	
7	Considera Usted que como productor apoyaría activamente en el desarrollo de la asociación de productores de aguaymanto	X		X		X	
8	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con el recurso humano, técnico y profesional para gestionar administrativamente el manejo de la producción y la exportación	X		X		X	
9	Cree Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con la infraestructura para operar eficientemente sus actividades productivas y comerciales	X		X		X	
10	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene la información necesaria que le permite realizar una gestión comercial óptima	X		X		X	
11	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con los instrumentos de gestión actualizados (planes, capacitación, presupuestos, etc.), necesarios para una gestión de calidad	X		X		X	
12	Se podría decir que los integrantes de la asociación de productores trabajan integradamente con una visión clara en el cumplimiento de sus objetivos como organización	X		X		X	
13	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una estructura orgánica moderna con un manual de funciones apropiado para el cumplimiento de sus objetivos	X		X		X	
14	La asociación cuenta con estrategias colaborativas y alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones del medio, así como del exterior que le permitan el logro de sus objetivos	X		X		X	
15	La toma de decisiones oportuna en la asociación de productores de aguaymanto permite una mejora de las actividades	X		X		X	

OBSERVACIONES:

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: **ROSA CARRANZA GUEVARA**

DNI: 33432189

Título y grado académico: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS



Firma

Chachapoyas, agosto 2022.

FICHA DE VALIDACIÓN

Encuesta: Factores de comercialización

Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La Jalea Grande, 2022

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Busco activamente la información necesaria para resolver los problemas o brindar algunas recomendaciones	X		X		X	
2	Se organizan las actividades para que la información fluya eficazmente en la organización	X		X		X	
3	Se usan técnicas analíticas y críticas para resolver problemas	X		X		X	
4	Ud. estima hábilmente el tiempo que le toma terminar un trabajo	X		X		X	
5	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una programación de reuniones y actividades que le permiten trabajar	X		X		X	
6	Existen medios o mecanismos pre establecidos para la resolución de problemas corporativos o de carácter institucional	X		X		X	
7	Presenta las facilidades requeridas para la entrega del producto	X		X		X	
8	Cuentan los productores con los vehículos, maquinaria e instrumentos necesarios para una distribución óptima	X		X		X	
9	Como proveedor Usted cubre el mercado abasteciendo el mercado local y nacional	X		X		X	
10	Considera usted que el precio del producto son los adecuados	X		X		X	
11	Considera usted que los productores cuentan con un producto que cumple con los estándares de calidad	X		X		X	
12	Usted cree que los productores de aguaymanto tienen suficiente producción para abastecer el mercado durante todo el año	X		X		X	
13	La asociación cuenta con mecanismos de promoción de los productos y las marcas que le permiten posicionar su marca	X		X		X	
14	Cuenta la asociación con los medios y mecanismos publicitarios necesarios para impulsar y promover las ventas	X		X		X	
15	Los productores de aguaymanto ofrecen un servicio rápido	X		X		X	
16	La organización realiza los procesos en el tiempo permitido	X		X		X	
17	Los vehículos en que se transporta el producto son bien presentados	X		X		X	
18	El comportamiento de los empleados transmite confianza a los clientes	X		X		X	
19	Usted cree que el cliente se siente seguro con las transacciones que hace con la organización	X		X		X	
20	La organización ha recibido apoyo de otras instituciones en la comercialización de su producto	X		X		X	

OBSERVACIONES:

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: ROSA CARRANZA GUEVARA

DNI: 33432189

Título y grado académico: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Chachapoyas, agosto 2022.



Firma

Validación del Instrumento de las variables de estudio

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Quien Suscribe: Rosa Carranza Guevara, identificado con DNI: 33432189, de Grado Académico: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

Mediante el presente dejo constancia, que los instrumentos para la recolección de datos (cuestionarios) del trabajo “Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La Jalca Grande, 2022”, presentado por el Bach. Harly Bryan Linares Pizarro, ha sido analizado con respecto a su Coherencia, Pertinencia, Independencia e Impacto, cumpliendo satisfactoriamente con el propósito para el cual ha sido diseñado y reúne los requisitos necesarios para ser valido y por ende, cumple con los objetivos que se plantea en la investigación.

Por tal razón, se extiende la siguiente Constancia en señal de APROBACIÓN del Instrumento de estudio.

Chachapoyas, 02 de agosto 2022



Nombre: DNI 33432189
Dr. Rosa Carranza Guevara

FICHA DE VALIDACIÓN
Encuesta: Capacidades locales

Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La
 Jalca Grande, 2022

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con sus documentos de gestión: visión, misión y valores	X		X		X	
2	Diría usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con los recursos económicos suficientes para enfrentar con éxito un plan de comercialización y exportación	X		X		X	
3	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene una comunicación abierta	X		X		X	
4	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto viene realizando un trabajo en equipo	X		X		X	
5	La organización de productores de aguaymanto cumple con realizar sus roles	X		X		X	
6	Considera Usted que como productor está capacitado técnicamente para enfrentar exitosamente un plan de producción	X		X		X	
7	Considera Usted que como productor apoyaría activamente en el desarrollo de la asociación de productores de aguaymanto	X		X		X	
8	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con el recurso humano, técnico y profesional para gestionar administrativamente el manejo de la producción y la exportación	X		X		X	
9	Cree Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con la infraestructura para operar eficientemente sus actividades productivas y comerciales	X		X		X	
10	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene la información necesaria que le permite realizar una gestión comercial óptima	X		X		X	
11	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con los instrumentos de gestión actualizados (planes, manuales, capacitación, presupuestos, etc.), necesarios para una gestión de calidad	X		X		X	
12	Se podría decir que los integrantes de la asociación de productores trabajan integradamente con una visión clara en el cumplimiento de sus objetivos como organización	X		X		X	
13	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una estructura orgánica moderna con un manual de funciones apropiado para el cumplimiento de sus objetivos	X		X		X	
14	La asociación cuenta con estrategias colaborativas y alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones del medio, así como del exterior que le permitan el logro de sus objetivos	X		X		X	
15	La toma de decisiones oportuna en la asociación de productores de aguaymanto permite una mejora de las actividades	X		X		X	

OBSERVACIONES:	
DATOS DEL EXPERTO	
Nombre y Apellidos: Milena Leticia Weepiu Samekash	DNI: 41420781
Título y grado académico: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, agosto 2022.



Firma

FICHA DE VALIDACIÓN

Encuesta: Factores de comercialización

Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La
Jalca Grande, 2022

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Busco activamente la información necesaria para resolver los problemas o brindar algunas recomendaciones	X		X		X	
2	Se organizan las actividades para que la información fluya eficazmente en la organización	X		X		X	
3	Se usan técnicas analíticas y críticas para resolver problemas	X		X		X	
4	Ud. estima hábilmente el tiempo que le toma terminar un trabajo	X		X		X	
5	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una programación de reuniones y actividades que le permiten trabajar	X		X		X	
6	Existen medios o mecanismos pre establecidos para la resolución de problemas corporativos o de carácter institucional	X		X		X	
7	Presenta las facilidades requeridas para la entrega del producto	X		X		X	
8	Cuentan los productores con los vehículos, maquinaria e instrumentos necesarios para una distribución óptima	X		X		X	
9	Como proveedor Usted cubre el mercado abasteciendo el mercado local y nacional	X		X		X	
10	Considera usted que el precio del producto son los adecuados	X		X		X	
11	Considera usted que los productores cuentan con un producto que cumple con los estándares de calidad	X		X		X	
12	Usted cree que los productores de aguaymanto tienen suficiente producción para abastecer el mercado durante todo el año	X		X		X	
13	La asociación cuenta con mecanismos de promoción de los productos y las marcas que le permiten posicionar su marca	X		X		X	
14	Cuenta la asociación con los medios y mecanismos publicitarios necesarios para impulsar y promover las ventas	X		X		X	
15	Los productores de aguaymanto ofrecen un servicio rápido	X		X		X	
16	La organización realiza los procesos en el tiempo permitido	X		X		X	
17	Los vehículos en que se transporta el producto son bien presentados	X		X		X	
18	El comportamiento de los empleados transmite confianza a los clientes	X		X		X	
19	Usted cree que el cliente se siente seguro con las transacciones que hace con la organización	X		X		X	
20	La organización ha recibido apoyo de otras instituciones en la comercialización de su producto	X		X		X	

OBSERVACIONES:

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: Milena Leticia Weepiu Samekash	DNI: 41420781
Título y grado académico: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, agosto 2022.



Firma

Validación del Instrumento de las variables de estudio

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Quien Suscribe: Milena Leticia Weepiu Samekash, identificado con DNI: 41420781, de Grado Académico: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad.

Mediante el presente de constancia, que los instrumentos para la recolección de datos (cuestionarios) del trabajo “Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La Jalca Grande, 2022”, presentado por el Bach. Harly Bryan Linares Pizarro, ha sido analizado con respecto a su Coherencia, Pertinencia, Independencia e Impacto, cumpliendo satisfactoriamente con el propósito para el cual ha sido diseñado y reúne los requisitos necesarios para ser válido y por ende, cumple con los objetivos que se plantea en la investigación.

Por tal razón, se extiende la siguiente Constancia en señal de APROBACIÓN del Instrumento de estudio.

Chachapoyas, 04 de agosto 2022



Nombre: Milena Leticia Weepiu Samekash

DNI: 41420781

FICHA DE VALIDACIÓN
Encuesta: Capacidades locales
Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de
aguaymanto, Sahual, La Jalca Grande, 2022

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con sus documentos de gestión: visión, misión y valores	X		X		X	
2	Diría usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con los recursos económicos suficientes para enfrentar con éxito un plan de comercialización y exportación	X		X		X	
3	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene una comunicación abierta	X		X		X	
4	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto viene realizando un trabajo en equipo	X		X		X	
5	La organización de productores de aguaymanto cumple con realizar sus roles	X		X		X	
6	Considera Usted que como productor está capacitado técnicamente para enfrentar exitosamente un plan de producción	X		X		X	
7	Considera Usted que como productor apoyaría activamente en el desarrollo de la asociación de productores de aguaymanto	X		X		X	
8	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con el recurso humano, técnico y profesional para gestionar administrativamente el manejo de la producción y la exportación	X		X		X	
9	Cree Usted que la asociación de productores de aguaymanto cuenta con la infraestructura para operar eficientemente sus actividades productivas y comerciales	X		X		X	
10	Considera Usted que la asociación de productores de aguaymanto tiene la información necesaria que le permite realizar una gestión comercial óptima	X		X		X	
11	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con los instrumentos de gestión actualizados (planes, manuales, capacitación, presupuestos, etc.), necesarios para una gestión de calidad	X		X		X	
12	Se podría decir que los integrantes de la asociación de productores trabajan integradamente con una visión clara en el cumplimiento de sus objetivos como organización	X		X		X	
13	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una estructura orgánica moderna con un manual de funciones apropiado para el cumplimiento de sus objetivos	X		X		X	
14	La asociación cuenta con estrategias colaborativas y alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones del medio, así como del exterior que le permitan el logro de sus objetivos	X		X		X	
15	La toma de decisiones oportuna en la asociación de productores de aguaymanto permite una mejora de las actividades	X		X		X	

OBSERVACIONES:

DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: Mg. Leonardo N. Mendoza Zumaeta

DNI: 07629978

Título y grado académico: Mg en Gestión Pública

Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Chachapoyas, agosto 2022.



Firma

FICHA DE VALIDACIÓN
Encuesta: Factores de comercialización
Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de
aguaymanto, Sahual, La Jalca Grande, 2022

N°	Indicadores / Ítem	Coherencia		Pertinencia		Relevancia	
		Si	No	Si	No	Si	No
1	Busco activamente la información necesaria para resolver los problemas o brindar algunas recomendaciones	X		X		X	
2	Se organizan las actividades para que la información fluya eficazmente en la organización	X		X		X	
3	Se usan técnicas analíticas y críticas para resolver problemas	X		X		X	
4	Ud. estima hábilmente el tiempo que le toma terminar un trabajo	X		X		X	
5	La asociación de productores de aguaymanto cuenta con una programación de reuniones y actividades que le permiten trabajar	X		X		X	
6	Existen medios o mecanismos pre establecidos para la resolución de problemas corporativos o de carácter institucional	X		X		X	
7	Presenta las facilidades requeridas para la entrega del producto	X		X		X	
8	Cuentan los productores con los vehículos, maquinaria e instrumentos necesarios para una distribución óptima	X		X		X	
9	Como proveedor Usted cubre el mercado abasteciendo el mercado local y nacional	X		X		X	
10	Considera usted que el precio del producto son los adecuados	X		X		X	
11	Considera usted que los productores cuentan con un producto que cumple con los estándares de calidad	X		X		X	
12	Usted cree que los productores de aguaymanto tienen suficiente producción para abastecer el mercado durante todo el año	X		X		X	
13	La asociación cuenta con mecanismos de promoción de los productos y las marcas que le permiten posicionar su marca	X		X		X	
14	Cuenta la asociación con los medios y mecanismos publicitarios necesarios para impulsar y promover las ventas	X		X		X	
15	Los productores de aguaymanto ofrecen un servicio rápido	X		X		X	
16	La organización realiza los procesos en el tiempo permitido	X		X		X	
17	Los vehículos en que se transporta el producto son bien presentados	X		X		X	
18	El comportamiento de los empleados transmite confianza a los clientes	X		X		X	
19	Usted cree que el cliente se siente seguro con las transacciones que hace con la organización	X		X		X	
20	La organización ha recibido apoyo de otras instituciones en la comercialización de su producto	X		X		X	

OBSERVACIONES:	
DATOS DEL EXPERTO	
Nombre y Apellidos: Mg. Leonardo N. Mendoza Zumaeta	DNI: 07629978
Título y grado académico: Mg en Gestión Pública	
Centro de labores: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	

Chachapoyas, agosto 2022.


 Firma

Validación del Instrumento de las variables de estudio

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Quien Suscribe: Mg. Leonardo N. Mendoza Zumaeta, identificado con DNI: 07629978, de Grado Académico: Mg. en Gestión Pública

Mediante el presente dejo constancia, que los instrumentos para la recolección de datos (cuestionarios) del trabajo “**Desarrollo de capacidades locales y factores de comercialización de productores de aguaymanto, Sahual, La Jalca Grande, 2022**”, presentado por el Bach. **Harly Bryan Linares Pizarro**, ha sido analizado con respecto a su Coherencia, Pertinencia, Independencia e Impacto, cumpliendo satisfactoriamente con el propósito para el cual ha sido diseñado y reúne los requisitos necesarios para ser válido y por ende, cumple con los objetivos que se plantea en la investigación.

Por tal razón, se extiende la siguiente Constancia en señal de APROBACIÓN del Instrumento de estudio.

Chachapoyas, 04 de agosto 2022



Nombre: Mg. Leonardo N. Mendoza Zumaeta
DNI: 07629978

Anexo 4

Confiabilidad del Instrumento

Cuestionario: Capacidades locales

Indicadores	Excluidos (*)	Total casos (N)	n = prueba piloto	%
15	0	15	10	100

(*) La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nro. Indicadores
0.815	15

Estadística del total de elementos

Ítems	Preguntas	Dimensiones	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ítem 1	1	Capacidad individual	0.797
Ítem 2	2		0.785
Ítem 3	3		0.817
Ítem 4	4		0.795
Ítem 5	5		0.810
Ítem 6	6	Capacidad organizacional	0.818
Ítem 7	7		0.832
Ítem 8	8		0.787
Ítem 9	9		0.857
Ítem 10	10		0.790
Ítem 11	11	Capacidad de sistemas Administrativos	0.795
Ítem 12	12		0.810
Ítem 13	13		0.821
Ítem 14	14		0.923
Ítem 15	15		0.789

Anexo 12

Confiabilidad del Instrumento

Cuestionario: Factores de comercialización

Indicadores	Excluidos (*)	Total, casos (N)	n= prueba piloto	%
20	0	20	10	100

(*) La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nro. de indicadores
0.866	20

Estadística del total de elementos

Ítems	Preguntas	Dimensiones	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
ítem 1	1	Organización Comercial	0.819
ítem 2	2		0.820
ítem 3	3		0.819
ítem 4	4		0.895
ítem 5	5		0.889
ítems 6	6	Infraestructura comercial	0.820
ítem 7	7		0.832
ítem 8	8		0.914
ítem 9	9		0.889
ítem 10	10		0.885
ítem 11	11	Información comercial	0.870
ítem 12	12		0.875
ítem 13	13		0.890
ítem 14	14		0.819
ítem 15	15		0.864
ítem 16	16	Apoyo técnico	0.871
ítem 17	17		0.884
ítem 18	18		0.898
ítem 19	19		0.875
ítem 20	20		0.895

Anexo 5
Grado de relación según coeficiente de correlación

Tabla 1. Grado de relación según coeficiente de correlación.

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.100	Correlación negativa debil
0.00	No existe Correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva debil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta