

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



**FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA, AGRONEGOCIOS Y
BIOTECNOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**

**FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA
PRODUCTIVA DE PITAHAYA (*Selenicereus megalanthus*)
“ASOCIACION DE PRODUCTORES LA FRUTA DEL
DRAGÓN-CHURUJA” AMAZONAS**

Autor: Bach. Edwin Jhaver Llamo Vasquez

Asesor: Mg. Lenin Yoél Delgado Santillán

Registro: ()

CHACHAPOYAS-PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mis padres, Doris Vasquez Torres y Juan Llamo Romero, cuyo amor incondicional y apoyo constante han sido mi mayor fortaleza durante todo este proceso.

Asimismo, agradezco profundamente a mis hermanos por su respaldo constante, y también a mis familiares y amigos, quienes de una u otra forma han contribuido a mi desarrollo profesional."

AGRADECIMIENTO

A ti, querido Dios, te agradezco por cada día de vida que me brindas, por las bendiciones que recibimos y por las lecciones que nos enseñas. Tu presencia en mi vida es mi mayor fortaleza y mi mayor consuelo en los momentos difíciles.

Y a ustedes, mis amados padres, les debo todo. Gracias por darme la vida, por sus sacrificios, por su dedicación y por su amor incondicional. Cada uno de sus consejos, cada abrazo, cada sonrisa ha sido un faro en mi camino, guiándome hacia la persona que soy hoy.

A la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, desde el momento en que me uní a esta comunidad académica, he sido testigo del compromiso incansable de la institución con la excelencia académica, la innovación y el crecimiento personal.

Además, deseo agradecer especialmente a mi asesor académico Mg. Lenin Yoél Delgado Santillán. Su orientación experta y su apoyo constante fueron fundamentales para mi éxito académico y personal. Su mentoría me ha inspirado a alcanzar metas que nunca creí posibles.

**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**

**Dr. HÉCTOR VLADIMIR VÁSQUEZ PÉREZ
DECANO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA,
AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM ()/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Factores de competitividad de la cadena productiva de pitahaya (Selenicereus megalanthus) "Asociación de productores la Seta del dragón - Chusiza" Amazonas; del egresado Bach. Edwin Hawer Ilamo Vasquez de la Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología Escuela Profesional de Ingeniería en Agronegocios 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, 09 de octubre de 2024



Firma y nombre completo del Asesor

Mg. Lenin Yocil Delgado Santillán

JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Dra. VERONICA ZUTA CHAMOLI

PRESIDENTE



M.Sc. ROBERT MERARDO DE LA CRUZ ALVARADO

SECRETARIO



Mg. FLOR GISELLA UCEDA MARTÍNEZ

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:

Factores de competitividad de la cadena productiva de pitahaya (Selenicereus megalanthus) Asociación de productores "La Fruta del Dragón- Chorusa" Amazonas,
presentada por el estudiante () /egresado (x) Bach. Edwin Mauro Norma Vargas
de la Escuela Profesional de Ingeniería en Negocios
con correo electrónico institucional e338732472@untrm.edu.pe

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

- La citada Tesis tiene 18 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / 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, 14 de octubre del 2024

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

REPORTE DEL TURNITIN

FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA PRODUCTIVA DE PITAHAYA (*Selenicereus Megalanthus*) "ASOCIACION DE PRODUCTORES LA FRUTA DEL DRAGÓN-CHURUJA" AMAZONAS

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

7%

2

repositorio.untrm.edu.pe

Fuente de Internet

2%

3

repositorio.lamolina.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas

Trabajo del estudiante

1%

5

americanae.aecid.es

Fuente de Internet

1%

6

theibfr.com

Fuente de Internet

<1%

7

polodelconocimiento.com

Fuente de Internet

<1%



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-S

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 29 de octubre del año 2024, siendo las 16:00 horas, el aspirante: Bach. Edwin Shawer Nomo Vargas, asesorado por Mg. Lenin Yoel Delgado Santillán defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Factores de Competitividad de la cadena productiva de pitahaya (Selenicereus megalanthus) Asociación de productores la Sruta del diácono - Churujá Amazonas, para obtener el Título Profesional de Ingeniero en Agromercados, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dra. Veronica Zuta Chamele

Secretario: Mg. Robert Menando De la Cruz Alvarado

Vocal: Mg. Fler Giselle Uceda Martínez

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 () por Unanimidad () / 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 17:42 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: Se sugiere implementar las recomendaciones realizadas en la sustentación.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS	vii
REPORTE DEL TURNITIN	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS	ix
INDICE	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
I. INTRODUCCIÓN	16
II. MATERIALES Y MÉTODOS	18
2.1. Ubicación geográfica	18
2.2. Variables de estudio	18
2.2.1. Variable independiente: Factores de competitividad	19
2.2.2. Variable dependiente: Cadena productiva	19
2.3. Métodos	19
2.3.1. Tipo de investigación	19
2.3.2. Diseño de investigación	19
2.4. Población	20
2.5. Muestra	20
2.6. Muestreo	20
2.7. Técnica e instrumento	20
2.8. Análisis de datos	21
2.8.1. Confiabilidad del instrumento	21
2.8.2. Validez del instrumento	21
III. RESULTADOS	22
3.1. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas	22

3.2. Análisis FODA de la “Asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja”	40
3.3. Estrategias para mejorar la competitividad de la cadena productiva de pitahaya en la asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja.	43
3.3.1. Implementación de la Misión y visión	43
3.3.2. Creación de Imagen	43
3.3.3. Propiedades y Beneficios	43
3.3.4. Derivados de la pitahaya	43
3.3.5. Canales de distribución del producto	44
3.3.6. Demanda de pitahaya	44
IV. DISCUSIÓN	46
V. CONCLUSIONES	47
VI. RECOMENDACIONES	48
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	49
ANEXOS	51
Encuesta a productores de pitahaya	51
Validación del instrumento	58
Ficha técnica de la pitahaya	64
Operacionalidad de las variables	65
Base de datos codificado	66
Confiabilidad del instrumento	67
Modelo Canvas	68
Panel fotográfico	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Miembros que posee su hogar</i>	23
Tabla 2 <i>Servicios básicos con que cuenta su sector</i>	23
Tabla 3 <i>Temas realizados en las capacitaciones</i>	25
Tabla 4 <i>Tecnología puede ayudar a maximizar el rendimiento</i>	27
Tabla 5 <i>Tecnología a utilizar para optimizar el riego en una plantación de pitahaya</i>	28
Tabla 6 <i>actor crucial para mantener la calidad durante el almacenamiento</i>	30
Tabla 7 <i>Posible desafío al que te enfrentarías al buscar financiamiento</i>	32
Tabla 8 <i>Instituciones que brindan financiamiento</i>	32
Tabla 9 <i>Estrategias de marketing para mejorar la participación en el mercado</i>	34
Tabla 10 <i>Estrategias a implementar para maximizar la rentabilidad</i>	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Mapa de la ubicación geográfica</i>	18
Figura 2 <i>Nivel de estudios que posee el productor</i>	22
Figura 3 <i>Profesión u oficio de los productores</i>	22
Figura 4 <i>Régimen de tenencia de su Predio Productivo</i>	24
Figura 5 <i>Capacitación en comercialización de pitahaya</i>	24
Figura 6 <i>Satisfacción con las capacitaciones realizadas</i>	25
Figura 7 <i>Relación entre los productores y los directivos de la asociación</i>	26
Figura 8 <i>Crecimiento continuo la asociación</i>	26
Figura 9 <i>Análisis de suelos en el cultivo de pitahaya</i>	27
Figura 10 <i>Tecnología para mejorar la calidad del fruto</i>	28
Figura 11 <i>Fertilización utilizado en el cultivo de pitahaya</i>	29
Figura 12 <i>Estructuras de protección utilizadas en el cultivo de pitahaya</i>	29
Figura 13 <i>Métodos de almacenamiento utilizado para prolongar la vida útil</i>	30
Figura 14 <i>Factores importantes a considerar al buscar financiamiento</i>	31
Figura 15 <i>Entidades que ofrecen asistencia técnica y financiera</i>	31
Figura 16 <i>Principal factor que impulsa el crecimiento del mercado</i>	33
Figura 17 <i>Segmento demográfico muestra un mayor interés en la compra</i>	33

Figura 18 <i>Estrategia para diferenciar el producto y aumentar la demanda</i>	34
Figura 19 <i>Mejorar la influencia de pitahaya en el mercado</i>	35
Figura 20 <i>Tiempo que tarda un cultivo de pitahaya en alcanzar la plena producción</i>	36
Figura 21 <i>Factores que afectan directamente la rentabilidad</i>	36
Figura 22 <i>Medidas para asegurar la inocuidad alimentaria</i>	37
Figura 23 <i>Factores clave para garantizar la calidad</i>	38
Figura 24 <i>Mejorar el manejo post-cosecha en la calidad de la pitahaya</i>	38
Figura 25 <i>Medidas para fortalecer su lealtad hacia la asociación</i>	39
Figura 26 <i>Factores importantes para la reputación de la pitahaya</i>	39
Figura 27 <i>Logo</i>	43
Figura 28 <i>Derivados de la pitahaya</i>	44
Figura 29 <i>Iconos de redes sociales</i>	44
Figura 30 <i>Presentación de pitahaya en Japón</i>	45
Figura 31 <i>Certificaciones prioritarias en Europa</i>	45

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivos i) analizar el nivel de competitividad y la influencia de los factores capacitación, gestión organizacional, innovación tecnológica, infraestructura, financiamiento, demanda de mercado en la cadena productiva, ii) describir el estado actual de la cadena productiva iii) Proponer estrategias para mejorar la competitividad de la cadena productiva de pitahaya en la asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja, Amazonas. La muestra fue conformada por 22 productores socios que fueron evaluados a través de un cuestionario. El tipo de investigación planteado fue descriptivo propositivo y de diseño no experimental transversal. Los resultados obtenidos arrojaron que las estrategias de comercialización son deficientes y poco efectivas, los factores como capacitación y gestión organizacional se encuentran poco desarrollados, también se encontró la influencia directa entre el factor tecnológico y la competitividad debido a que a mayor implicancia de tecnología (riego por goteo, mejoramiento en el transporte, uso de refrigerantes, uso de las redes de internet, etc.) dentro de la producción, mayor será la competitividad para la cadena productiva y así mejorar la competitividad de la asociación.

Palabras claves: Factores de competitividad, pitahaya, cadena productiva

ABSTRACT

The research had the following objectives: i) to analyze the level of competitiveness and the influence of the factors training, organizational management, technological innovation, infrastructure, financing, market demand in the production chain, ii) to describe the current state of the production chain, iii) to propose strategies to improve the competitiveness of the pitahaya production chain in the association of producers La Fruta del Dragón-Churuja, Amazonas. The sample consisted of 22 producer members who were evaluated through a questionnaire. The type of research proposed was descriptive, propositional and of a non-experimental transversal design. The results obtained showed that the marketing strategies are deficient and ineffective, factors such as training and organizational management are poorly developed, and a direct influence was also found between the technological factor and competitiveness because the greater the implication of technology (drip irrigation, improved transport, use of refrigerators, use of internet networks, etc.) within the production, the greater the competitiveness for the production chain and thus improve the competitiveness of the association.

Keywords: Competitiveness factors, pitahaya, production chain

I. INTRODUCCIÓN

La pitahaya (*Hylocereus spp.*) comúnmente conocida como “Fruta del Dragón” es una fruta exótica, cuya reputación se está extendiendo en todo el mundo (Santarrosa, 2013). La competitividad de la cadena productiva de la pitahaya es un tema de creciente interés en el ámbito agrícola y económico, especialmente en regiones donde este fruto tropical es cultivado (Romero & Saucedo, 2018). La pitahaya, también conocida como fruta del dragón, ha ganado popularidad en los diversos mercados a los que ha ingresado debido a sus beneficios para la salud. Sin embargo, para aprovechar plenamente el potencial de este cultivo, es crucial entender y mejorar la competitividad de toda la cadena productiva (Rojas *et al.*, 2000).

La competitividad es un tema de creciente interés en el ámbito agrícola y económico, especialmente en regiones donde este fruto tropical es cultivado (Lopera, 2000). La competitividad depende no solo de la calidad y cantidad de la fruta producida, sino también de la eficiencia de los procesos de cultivo, cosecha, empaque, transporte y comercialización (IICA, 2018). El análisis de la competitividad en el cultivo abarca el estudio de diversos factores que afectan la capacidad de los productores para competir de manera exitosa en el mercado. Esto incluye aspectos como la eficiencia en la producción, la gestión de la calidad, la innovación en técnicas de cultivo y postcosecha, la comercialización y distribución, así como la capacidad de adaptación a los cambios del mercado y la explotación de oportunidades de negocio. Además, la competitividad en el cultivo de pitahaya puede variar según la ubicación geográfica, las condiciones climáticas, la disponibilidad de recursos y la regulación gubernamental en cada región."(López, 2018).

Este enfoque reconoce que la competitividad no se limita al ámbito de la producción agrícola, sino que abarca toda la cadena de valor, desde el campo hasta el consumidor final. En este sentido, la competitividad de la cadena productiva de la pitahaya requiere una coordinación efectiva entre agricultores, procesadores, distribuidores y exportadores, así como inversiones en infraestructura, tecnología y capacitación (Salas, 2016).

La adopción de prácticas agrícolas sostenibles y la mejora de las condiciones laborales de pitahaya no solo pueden mejorar la reputación del producto en el mercado internacional, sino también contribuir al bienestar de las comunidades locales y la conservación del ambiente (García & Martínez, 2020).

La competitividad en el cultivo de pitahaya es fundamental tanto para los productores como para todos los actores involucrados en la cadena productiva. Por esta razón, esta investigación tuvo como objetivo i) Analizar el nivel de competitividad y los factores que influyen en la cadena productiva de pitahaya en la asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja, así mismo ii) Se describió el estado actual de la cadena productiva de pitahaya en la asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja, iii) Se Identificó los factores internos y externos de competitividad en la cadena productiva de la asociación de productores la Fruta del Dragón- Churuja iv) Se propuso estrategias para mejorar la competitividad de la cadena productiva de pitahaya en la asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja.

Este estudio permitió identificar las fortalezas y debilidades de la asociación, desarrollar estrategias que mejoren la eficiencia, la calidad y la competitividad del producto.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Ubicación geográfica

La ejecución del trabajo de investigación sobre Factores de competitividad de la cadena productiva de pitahaya (*selenicereus megalanthus*) “Asociacion de productores la Fruta del Dragón-Churuja” está ubicada en el distrito de Churuja, Región de Amazonas a un promedio de altitud de 1458 m.s.n.m., situado en las coordenadas: 175282E 9331443N

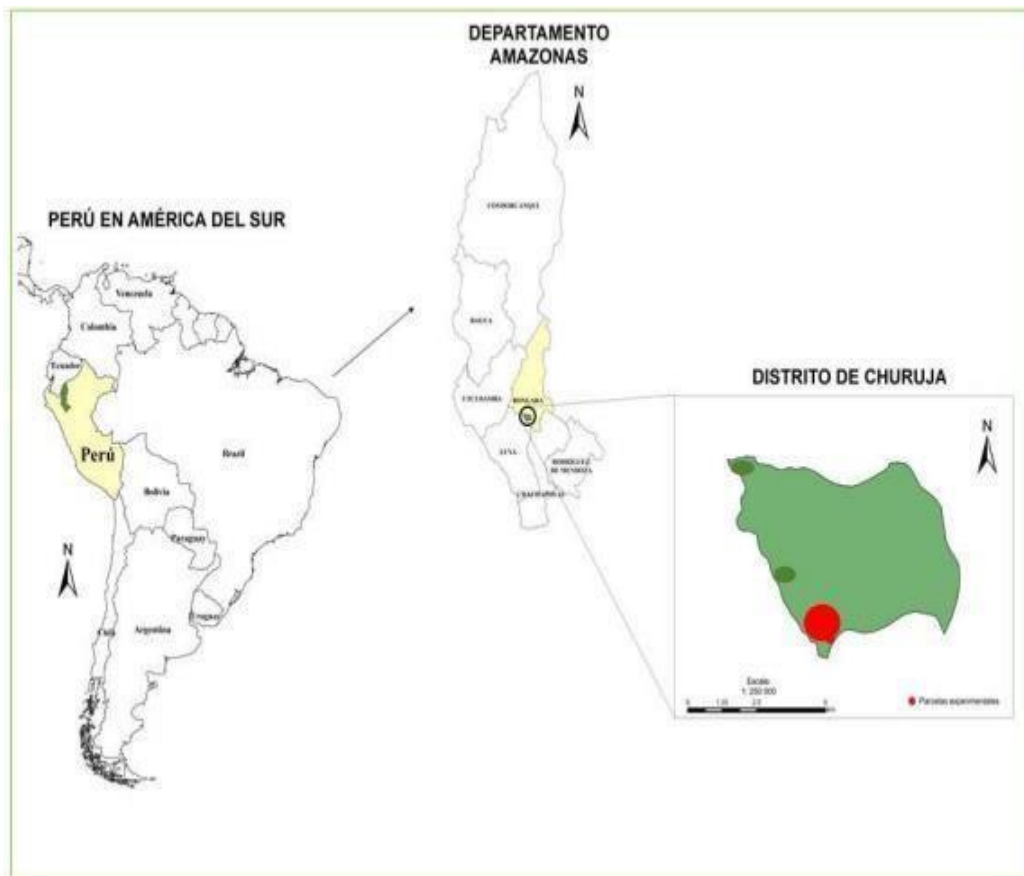


Figura 1
Mapa de la ubicación geográfica

2.2. Variables de estudio

Competitividad es la capacidad de una entidad (industria o país) en la producción de bienes y servicios de manera eficiente y efectiva en base a la competencia en el mercado. Se toma en cuenta la destreza de ofrecer productos de calidad a precios competitivos, utilizando recursos de manera eficiente,

innovando en procesos y productos, y respondiendo de manera ágil a las demandas del mercado (Medeiros *et al.*, 2019).

2.2.1. Variable independiente: Factores de competitividad

- Capacitación
- Gestión organizacional
- Innovación tecnológica
- Infraestructura
- Financiamiento
- Demanda de mercado

2.2.2. Variable dependiente: Cadena productiva

- Participación en el mercado
- Reputación y lealtad de los clientes
- Rentabilidad económica
- Calidad del producto.

2.3. Métodos

2.3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación planteado en el presente proyecto fue descriptivo propositivo; Descriptivo porque se describió y delimitó detalladamente las características observables y medibles del grupo de elementos y explicarlo adecuadamente en todo el desarrollo y propositivo porque a partir de las características encontradas se propuso estrategias y recomendaciones en el manejo de la cadena productiva. La investigación descriptiva es un estudio que tiene como objetivo principal describir las características, comportamientos o fenómenos de interés, sin buscar explicar las causas o establecer relaciones de causalidad entre las variables. También se centra en responder preguntas sobre "qué", "cómo" y "cuándo", en lugar de indagar en "por qué" o "para qué" (Hernández & Mendoza, 2018).

2.3.2. Diseño de investigación

Respecto al diseño de investigación fue no experimental transversal; No experimental y transversal por que se recopiló la información en un

momento determinado. Según Arias (2021), este se caracteriza por observar y analizar fenómenos tal como se presentan en su entorno natural, sin aplicar tratamientos o manipular variables. Su objetivo principal es comprender y describir los fenómenos estudiados sin buscar establecer relaciones causales.

2.4. Población

Según Díaz (2016), la población de un trabajo está conformada por diversos elementos (personas, objetos, animales, etc.) que tienen relación con el grupo de estudio definido y delimitado en el análisis.

En este estudio la población estuvo conformada por los productores integrantes de la asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja, dicha población fue constituida por los 22 miembros activos de la asociación. (Agricultura, 2018)

2.5. Muestra

Subgrupo de la población con el cual se trabajará en la recolección de información, por lo tanto, se debe definir y delimitar con precisión, cabe recalcar que debe ser representativo respecto a la población.

Al ser una población pequeña se trabajó con todos los productores asociados igual a 22 miembros.

M = Los 22 miembros de la asociación de productores la Fruta del Dragón

2.6. Muestreo

Se aplicó un muestreo no probabilístico dado que la población es pequeña, donde todos los integrantes de la población conformaron la muestra.

En este tipo de muestreo la selección de los elementos a estudiar no depende de la probabilidad, sino de las variaciones para hacer el muestreo (acceso, disponibilidad, conveniencia, etc.) (Hernández et al., 2018)

2.7. Técnica e instrumento

La técnica que se utilizó en esta investigación fue la encuesta, usada como un procedimiento de investigación, el cual permitió obtener la información y procesarla de manera rápida y eficiente. Lo que se tuvo en cuenta para aplicar

esta técnica, fue necesariamente tener primero contacto, es decir conocer directamente la problemática

El instrumento que se utilizó en esta investigación fue el cuestionario que fueron aplicados a 22 socios de la asociación de manera personal, compuestas por preguntas abiertas. Para ello fue necesario tener en cuenta la claridad y neutralidad en las respuestas, además de que fueron apropiadas para garantizar la participación y precisión de estas.

2.8. Análisis de datos

El análisis de datos se realizó usando software estadístico: Statistical Package for the Social Sciences – SPSS versión 25 y Microsoft Excel. La representación de los resultados se llevó a través de gráficos, diagramas, tablas y medidas de resumen. Se utilizó estadísticos descriptivos: media, frecuencias, varianza, moda, desviación estándar.

2.8.1. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad se determinó a través de la prueba de estabilidad temporal (TEST-RETEST) que consistió en aplicar el mismo instrumento a la misma muestra en dos momentos diferentes y calcular la correlación entre las respuestas en ambos momentos.

Aquí tienes el texto reformulado:

"La fiabilidad test-retest es una de las formas más rigurosas de evaluar la fiabilidad, ya que mide la estabilidad de la medición a lo largo del tiempo, incluso ante posibles cambios (Navarro *et al.*, 1997).

2.8.2. Validez del instrumento

El instrumento utilizado fue validado a través de juicio de expertos en los temas de estudio respecto a las variables factores de competitividad y cadena productiva.

III. RESULTADOS

En la presente investigación los resultados fueron desarrollados de acuerdo a los objetivos, tanto general como específicos. A continuación, se analizará los resultados obtenidos haciendo uso de los instrumentos de investigación.

3.1. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas

Datos generales de los socios

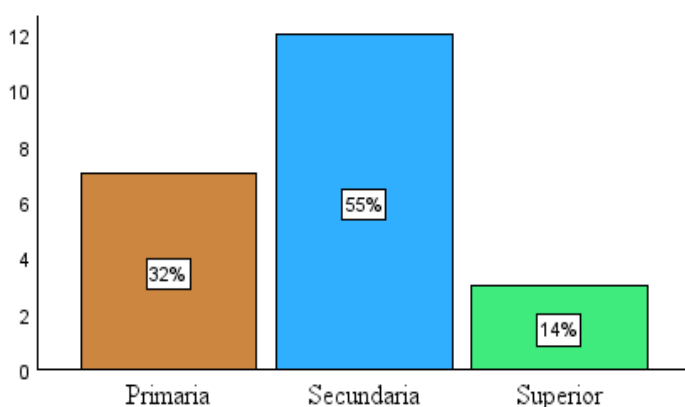


Figura 2
Nivel de estudios que posee el productor

En la figura N°2, se puede observar que niveles de estudio poseen los productores, en el cual evidencia que un 55% cuentan con secundaria, un 32% cuentan con el grado de primaria y en una cantidad menor de 13% cuentan con un estudio superior.

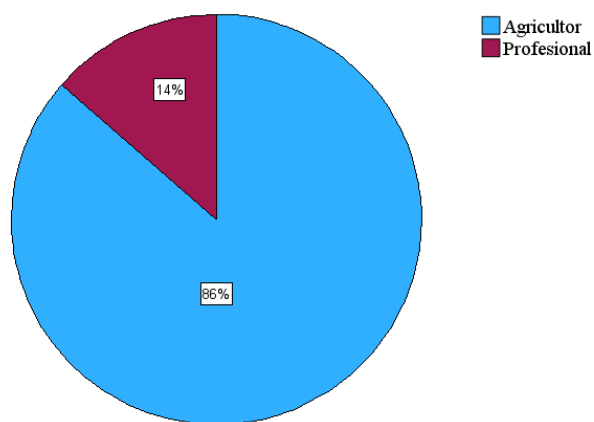


Figura 3
Profesión u oficio de los productores

En la figura N°3, nos da conocer de manera general el estatus de los productores, por el cual el 86 % son agricultores y el 14% cuentan con una carrera superior.

Tabla 1.
Miembros que posee su hogar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Dos	7	32	32
Tres	4	18	50
Cuatro	8	36	86
Cinco	3	14	100.0
Total	22	100.0	

En la tabla N°1, observamos como está compuesta el hogar de cada productor, teniendo como resultados que un 36% está conformado por 4 miembros, un 32% lo está conformado por 2 miembros, un 18% lo conforman de 3 miembros y un 14% lo conforman por 5 miembros.

Tabla 2
Servicios básicos con que cuenta su sector

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Saneamiento básico	4	18	18
Luz	9	40	58
Salud médica	4	18	76
Escuela	5	24	100.0
Total	22	100.0	

En la tabla N°2, se observa que los servicios básicos se extienden a todos los productores de una manera homogénea.

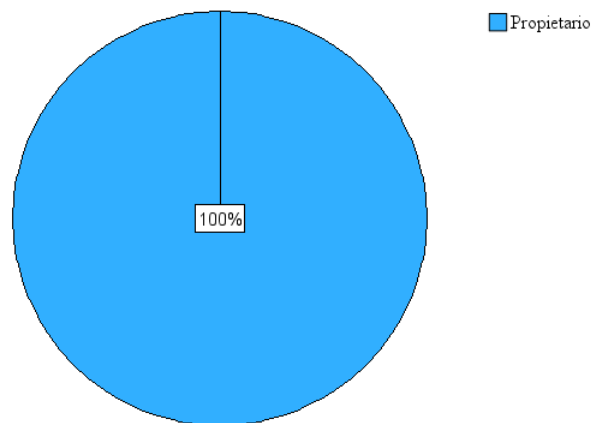


Figura 4
Régimen de tenencia de su Predio Productivo

En la figura N°4, se puede reconocer que en un 100% los productores son propietarios de sus cultivos, no hay cultivos de arriendo ni en otros estilos.

Capacitación

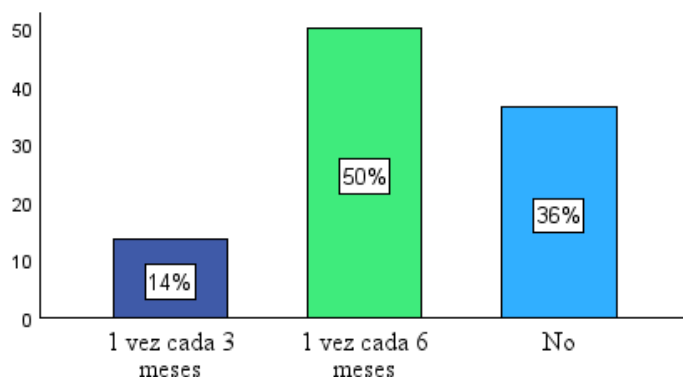


Figura 5
Capacitación en comercialización de pitahaya

En la figura N°5, observamos que las capacitaciones no se dan de una manera homogéneas para todos los productores, en el cual un 14% se capacitan una vez cada 3 meses, el 50% se capacitan 1 vez cada 6 meses, y el 36% no han recibido capacitación alguna, lo cual se puede afirmar que todavía hay un porcentaje significativo de productores a los cuales les falta capacitarse en los diferentes temas de la producción

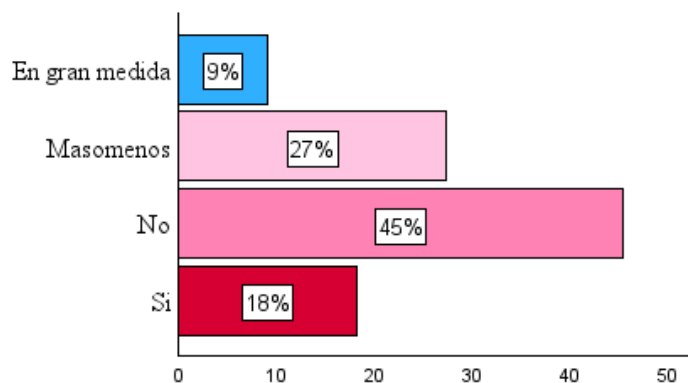


Figura 6
Satisfacción con las capacitaciones realizadas

En la figura N°6, se toma en cuenta a los productores que, si recibieron capacitaciones, por el cual se tiene que la mayoría, que representan al 45%, no se han quedado satisfechos con las capacitaciones, por la forma técnica que lo hacían los capacitadores, el 28% lo más o menos satisfecho y el 18% está satisfecho con las capacitaciones realizadas.

Tabla 3
Temas realizados en las capacitaciones

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Siembra	1	5	5
Podas de cultivo	3	14	19
Manejo y post cosecha	17	77	96
Buenas prácticas de manufactura	1	4	100.0
Total	22	100.0	

En la tabla N°3, se considera los temas realizados en las capacitaciones, en el cual nos encontramos que los productores cuentan con un conocimiento más ameno en el tema de manejo y post cosecha representando un 77% del total, en otros temas tenemos a podas de cultivo con un 14%, al tema de siembra con un 5% y por último tenemos a buenas prácticas de manufactura que es el tema menos tratado con tan solo el 5%.

Gestión organizacional

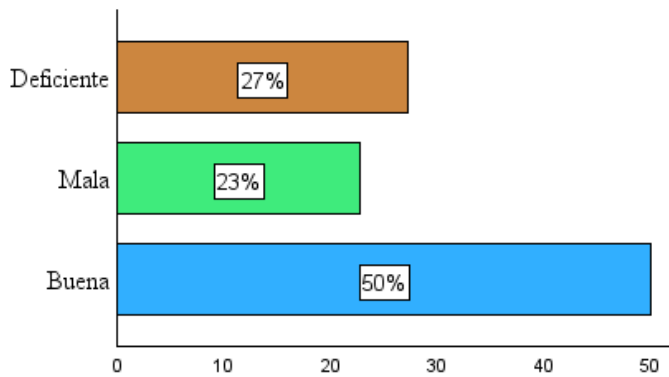


Figura 7

Relación entre los productores y los directivos de la asociación

En la figura N°7, se muestra el 50% de los productores mantienen una buena relación, un 23% cuentan con una mala relación y el 27% no tiene ninguna relación desde el día que se inscribieron como socios.

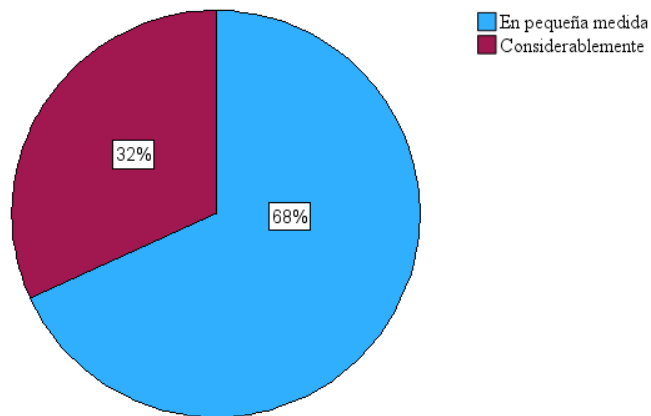


Figura 8

Crecimiento continuo la asociación

En la figura N°8, tenemos los datos de crecimiento de a nivel de porcentajes, en el cual podemos observar que la asociación desde sus inicios en el año 2018, ha tenido bajo crecimiento por la mala relación entre socios y el presidente de la asociación, asimismo tenemos que el 68% de los productores nos dicen que ha avanzado en pequeña medida y solo en 32% están contentos con el avance de la asociación.

Innovación tecnológica

Tabla 4

Tecnología puede ayudar a maximizar el rendimiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Manipulación en la recolección	1	5	5
Clasificación y selección adecuada	4	18	23
Mejoramiento de transporte en la cosecha	16	73	96
Identificación correcta de frutos maduros	1	4	100.0
Total	22	100.0	

En la tabla N°4, nos muestra datos que, para maximizar el rendimiento de las pitahayas, el 73% de los productores requieren un mejoramiento en el transporte ya que es ahí donde las frutas se golpean y se malogran, un 18% nos dicen que hay que realizar la clasificación y selección adecuada al momento de la cosecha y el 4% dicen que en la Identificación correcta de frutos maduros

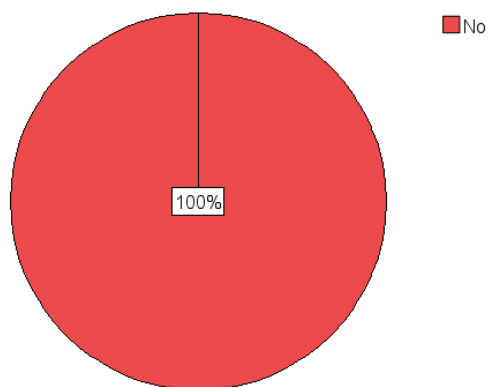


Figura 9

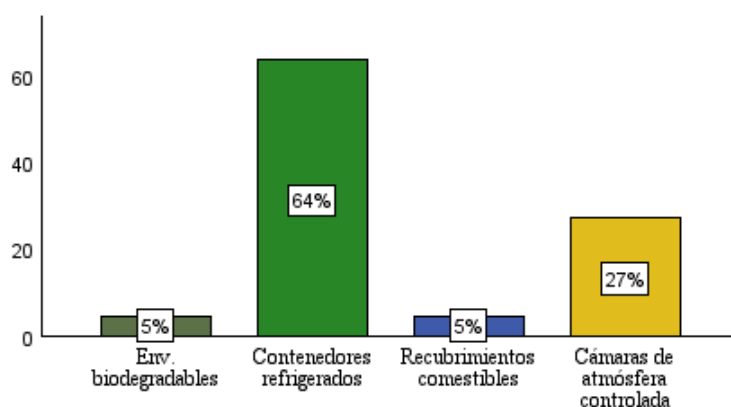
Análisis de suelos en el cultivo de pitahaya

En la figura N°9, se le pregunto si han realizado el análisis de suelos, por el cual se obtuvo que el 100% de los productores no realizan debido a que no hay apoyo por parte del presidente ni de los alcaldes municipales.

Tabla 5*Tecnología a utilizar para optimizar el riego en una plantación de pitahaya*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Sistemas de riego por goteo	22	100.0	100.0

En la tabla N°5, para obtener un mejor resultado en la cosecha, se les preguntó el tipo de riego que se podía implementar el cultivo, en el cual el 100% respondieron que lo más favorable sería el riego por goteo, por lo que las temperaturas han aumentado y la lluvia es más escasa,

**Figura 10***Tecnología para mejorar la calidad del fruto*

En la figura N°10, se muestra las alternativas para mejorar la calidad del fruto de la pitahaya durante el almacenamiento y transporte, lo cual el 64% nos dicen que se debe utilizar los contenedores refrigerados, el cual es una opción muy eficaz para mantener la calidad, frescura, el aroma y mantenerlo en buena calidad, también un 27% dicen que es bueno usar cámaras de atmosfera controlada y en menor cantidad se muestra las alternativas envases biodegradables y la aplicación de recubrimientos comestibles.

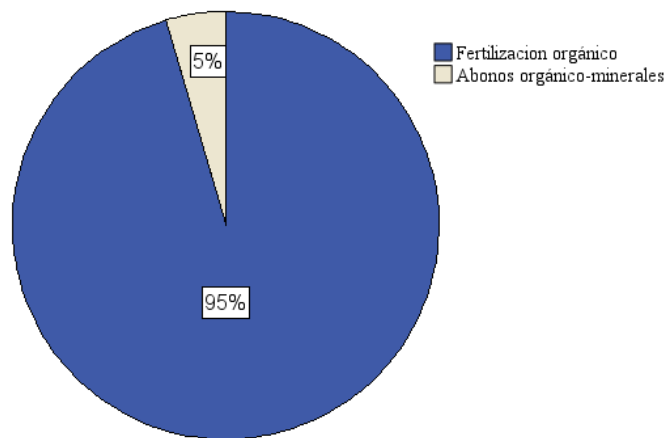


Figura 11
Fertilización utilizada en el cultivo de pitahaya

En la figura N°11, representa la forma de fertilización de los productores en el cual se ve claramente que el 95% hacen una fertilización orgánica, fertilizando así con guano de cuy, compost, etc. Y tan solo un 5% hacen uso de fertilizantes químicos como, urea, boro, nitrógeno, etc.

Infraestructura

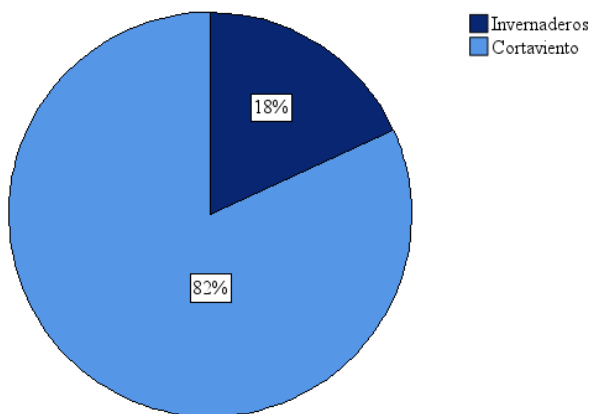


Figura 12
Estructuras de protección utilizadas en el cultivo de pitahaya

En la figura N°12, en las estructuras a utilizar nos comentan que para proteger de manera más eficaz se necesita las mallas cortavientos con un 82%, y en la otra opción tenemos a los invernaderos con un porcentaje bajo del 18%.

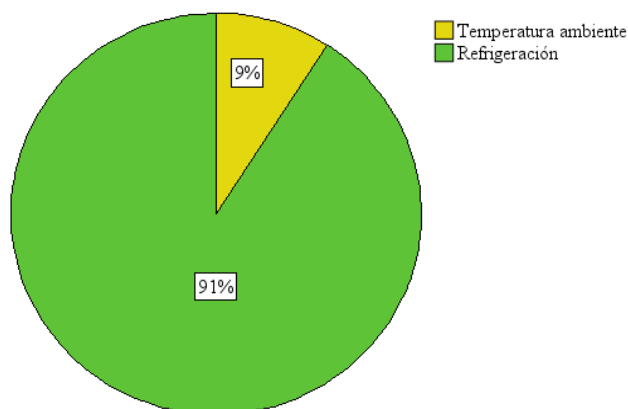


Figura 13

Métodos de almacenamiento utilizado para prolongar la vida útil

En la figura N°13, como ya se mostró en la tabla 14, los productores recomiendan para prolongar la vida útil de la fruta, es necesario la refrigeración con un 91%, y a temperatura ambiente solo un 9%, ya que al ambiente es muy cálido y a fruta pierde su capacidad de mantenerse fresca.

Tabla 6

Factor crucial para mantener la calidad de la pitahaya durante el almacenamiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Baja humedad relativa	19	86	86
Temperatura fluctuante	3	14	100
Total	22	100	

En la tabla N°6, se muestra la importancia de mantener las frutas en una humedad baja, para mantener su textura, frescura, sabor, en el cual se tiene un 86% de productores que hacen esto y un 14% lo mantienen con una temperatura fluctuante de acuerdo a las condiciones del ambiente.

Financiamiento

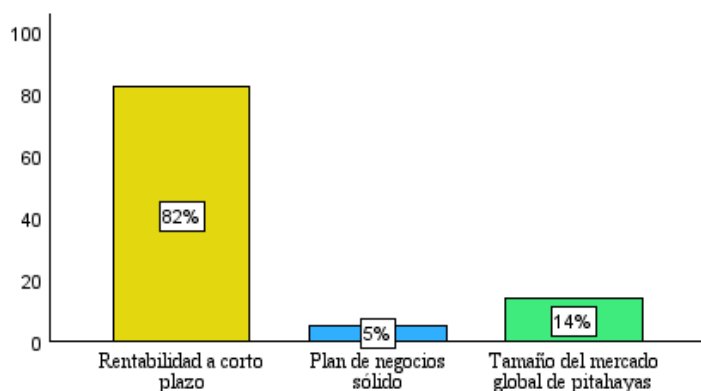


Figura 14

Factores importantes a considerar al buscar financiamiento

En la figura N°14, nos muestra la razón por el cual se debe considerar implementar un cultivo de pitahaya, asimismo tenemos que un 82% de los productores lo recomiendan por una rentabilidad a corto plazo (1 año) para el cual ya se puede cosechar los primeros frutos, el 14% de los productores los recomiendan por el mercado que abarca, un mercado amplio y en vías de crecimiento tanto nacional como internacional y tan solo un 4% lo recomienda por ser un plan de negocio sólido, porque en un mercado fluctuante que va cambiando de acuerdo a la tendencia de oferta y demanda, si la oferta aumenta la demanda baja y por ende el precio también tiende a bajar.

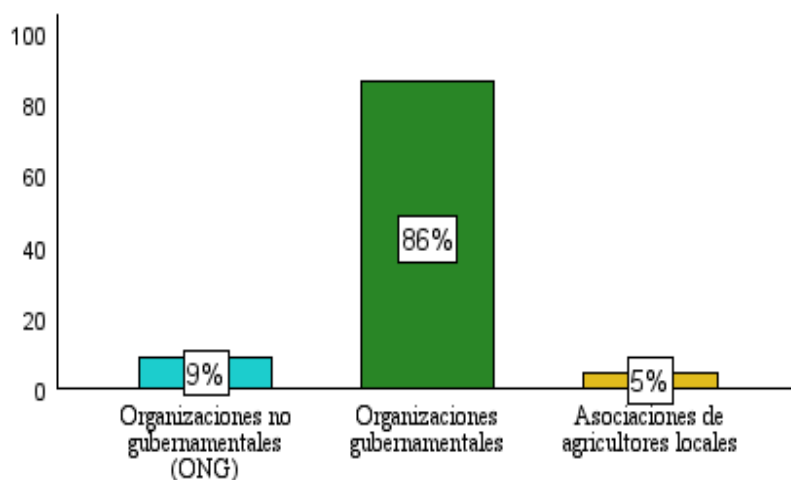


Figura 15

Entidades que ofrecen asistencia técnica y financiera

En la figura N°15, nos resumen las entidades que están inmersas en la producción de pitahaya en este sector, en el cual se ve claramente que las entidades gubernamentales tienen una amplia presencia aportando el 86% de los conocimientos, en los diferentes temas y etapas de la producción, el 9% lo tienen las organizaciones no gubernamentales aportan conocimientos y el 5% lo hacen las asociaciones aledañas a la misma.

Tabla 7
Posible desafío al que te enfrentarías al buscar financiamiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Escasez de demanda de la fruta	2	9	9
Altos costos de mantenimiento de la plantación	3	14	23
Falta de información sobre el mercado	13	59	82
Acceso limitado a fuentes de financiamiento	4	18	100.0
Total	22	100.0	

En la tabla N°7, nos aporta cuáles son los riesgos para el cultivo de esta fruta, ya que muchas capacitaciones se dan en base a la siembra, cultivo y cosecha, pero muy poco en la post cosecha, y es ahí donde los productores tienen mayores dificultades en la falta de información con un total que representan el 59%, otro aspecto a considerar es el acceso limitado a las fuentes de financiamiento por el hecho de ser una fruta en la cual el precio se encuentra en constante fluctuación.

Tabla 8
Instituciones que brindan financiamiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Agro banco	14	68	68
Cajas municipales	5	19	87
Cooperativa de ahorro y crédito	3	13	100.0
Total	22	100.0	

En la tabla N°8, se ve claramente que la mayoría de préstamos para esta fruta lo da el agro banco, y los productores lo prefieren en un 68% por los intereses bajos que manejan, algunos productores que no conocen el beneficio de agro banco prefieren

sacar de la caja municipales y de las cooperativas de ahorro y crédito sumando un total del 32%.

Demanda de mercado

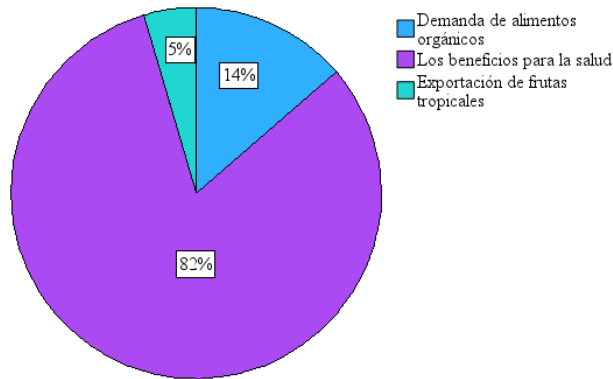


Figura 16
Principal factor que impulsa el crecimiento del mercado

En la figura N°16, se ve las razones del porque el mercado de la pitahaya se encuentra en constante crecimiento, en primer lugar, tenemos a los beneficios que representa para la salud con un 82%, por las vitaminas, carbohidratos, minerales, etc. también tenemos con un 14% por lo orgánico que es, ya se cultiva sin el uso de fertilizantes químicos.

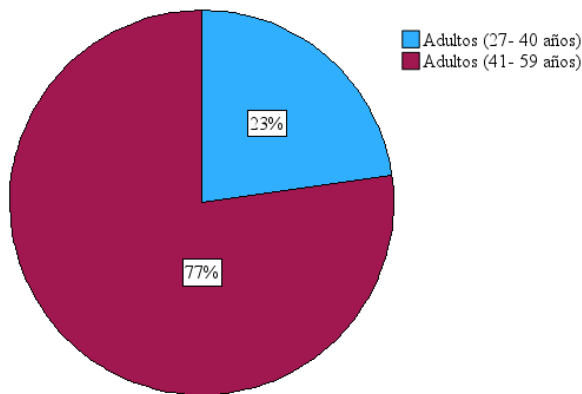


Figura 17
Segmento demográfico muestra un mayor interés en la compra

En la figura N°17, nos muestra de manera general las edades de las personas que hacen la compra de esta fruta, en el cual se ve claramente que son los adultos mayores a partir de los 40 años los mayores consumidores, ya que tienen un poder

mayor de adquisición representando un 77% del del total, los que siguen son los adultos menores a partir de los 27 hasta los 40 años que representan un 23%.

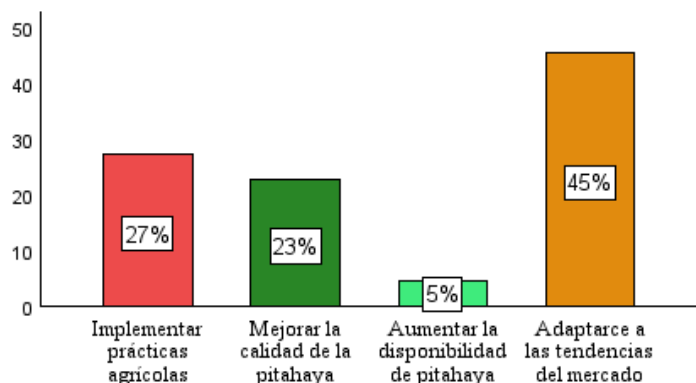


Figura 18

Estrategia para diferenciar el producto y aumentar la demanda

En la figura N°18, tenemos las estrategias para aumentar la diferenciación y demanda de la pitahaya, en el cual la mejor opción es adaptarse a las tendencias del mercado con un 45%, ya que no es un mercado estático, cada día va fluctuando de acuerdo a diferentes motivos, también se debe mejorar la calidad para si poder competir con otros productores y asociaciones que se dedican al mismo rubro y por último un 27% no dicen que hay que trabajar en la implantación de buenas prácticas agrícolas, 23% mejorar la calidad de la pitahaya.

Participación en el mercado

Tabla 9

Estrategias de marketing para mejorar la participación en el mercado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Participación en ferias/eventos	19	86	86
Campañas publicitarias	1	5	91
Alianzas estratégicas (Supermercados)	2	9	100.0
Total	22	100.0	

En la tabla N°9, nos muestra que una de las estrategias más recomendadas para llegar a más gente es la participación en ferias y eventos, teniendo una aprobación de 86%, es ahí donde se busca hacer alianzas con nuevos compradores, contratos, etc. También visitar los supermercados (9%) ya que ahí es la concentración de bastante gente que van hacer sus compras, y la asociación ser puede volver uno de los abastecedores.

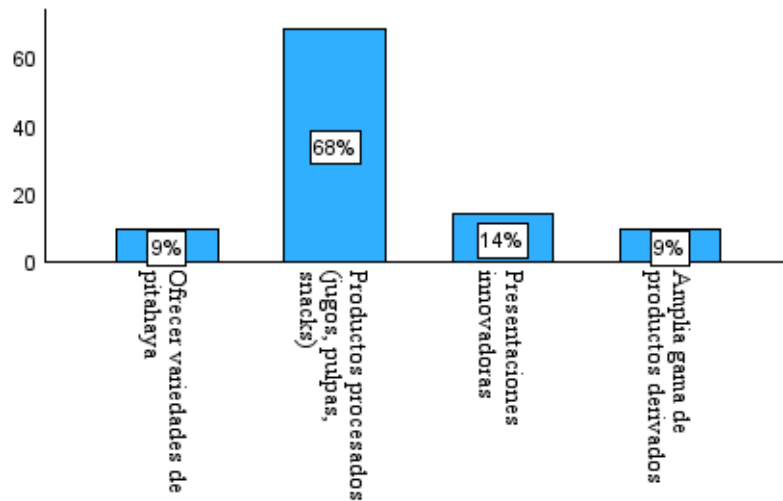


Figura 19
Mejorar la influencia de pitahaya en el mercado

En la figura N°19, asimismo como se muestra en la tabla anterior, una de las mejores formas de llegar a más productores también es haciendo derivados de la fruta, por ejemplo, tenemos a jugos, pulpas, snacks obteniendo una mejor rentabilidad no solo de una forma, si no ya de varias, también ofrecer una diversidad en las variedades de la fruta, para que el cliente no solo tenga una opción, si no variar al elegir.

Rentabilidad económica

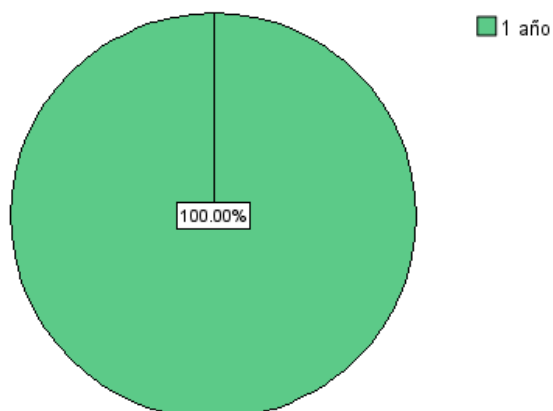


Figura 20

Tiempo que tarda un cultivo de pitahaya en alcanzar la plena

En la figura N°20, se muestra el tiempo que la pitahaya tarda en producir desde el momento de la siembra que es de un año, por el cual es un plan de negocio con una rentabilidad a corto plazo.

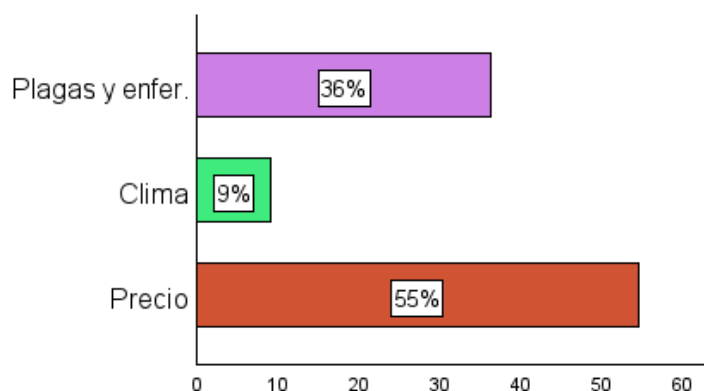


Figura 21

Factores que afectan directamente la rentabilidad

En la figura N°21, se muestra algunas dificultades que uno se puede encontrar al está inmerso en este cultivo, por ejemplo, el 55% nos dicen el precio por lo que es fluctuante, de acuerdo a la demanda, el 36% no dicen que son la plagas y enfermedades, que son la que hacer perder una parte significativa dentro de la producción y un 9% ha puesto el clima.

Tabla 10
Estrategias a implementar para maximizar la rentabilidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Optimización del riego y drenaje	14	64	64
Uso de tecnología agrícola	8	36	100
Total	22	100.0	

En la tabla N°11, se muestra estrategias para maximizar la rentabilidad, para el cual en el ámbito tecnológico se debe hacer énfasis en el riego a goteo (64%), para que el cultivo se mantenga fresco, ya que el ambiente es muy cálido y la temperatura se puede mantener elevado varios días y al riego que utilizan es el tradicional (lluvia), con la implementación de este riego, si viera una mejora diferencial al trato que se le da sin el uso del mismo.

Calidad del producto

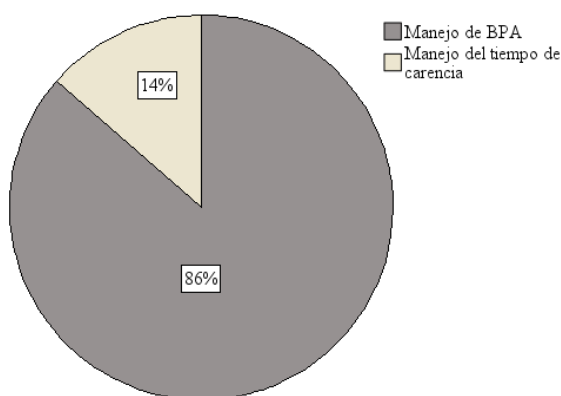


Figura 22
Medidas para asegurar la inocuidad alimentaria

En la figura N°22, es muy importante para obtener un producto de calidad, competitivo la utilización de un buen manejo de las BPA (86%), en el cual nos vamos a enfocar en las diferentes etapas, revisando si hay algún problema y dando la mejor solución a cada uno, también debemos ver el tiempo de carencia (14%) desde el momento en que hacemos el uso de algún abono (orgánico o químico).

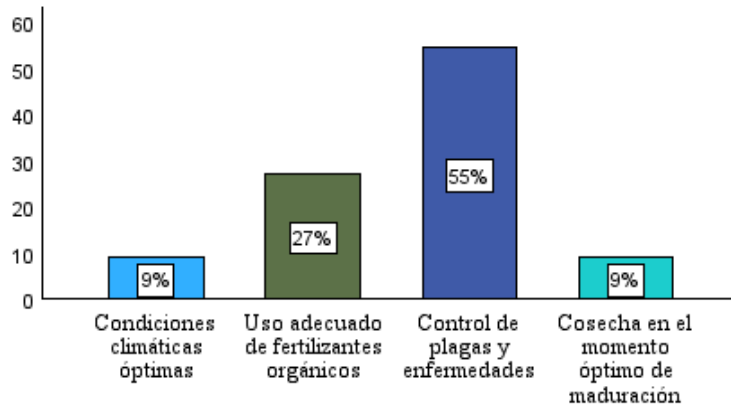


Figura 23
Factores clave para garantizar la calidad

En la figura N°23, así como en algunas preguntas anteriores, aquí podemos observar algunos factores para garantizar la calidad a tener en cuenta el control de plagas y enfermedades (55%), también para llegar a nuevos mercados que hoy en día se han abierto, se puede hacer con la implantación de los abonos orgánicos (27%) y un 18 % tenemos las condiciones climáticas y la cosecha adecuada.

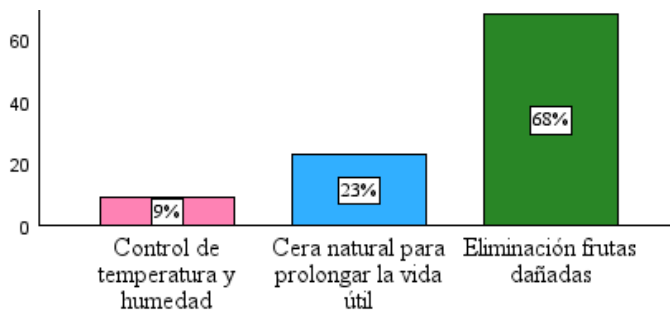


Figura 24
Mejorar el manejo post-cosecha en la calidad de la pitahaya

En la figura N°24, se muestra cómo se debe manejar la fruta después de la cosecha, como mantenerlo con su frescura, con su textura, con su calidad, para ello el 68% los productores dicen que se debería eliminar de frutas dañadas, para el resto de los productores (23%) se debe mantener un control de temperatura y humedad, en menos porcentaje (9%) están de acuerdo en la aplicación de cera natural.

Reputación y lealtad de los socios

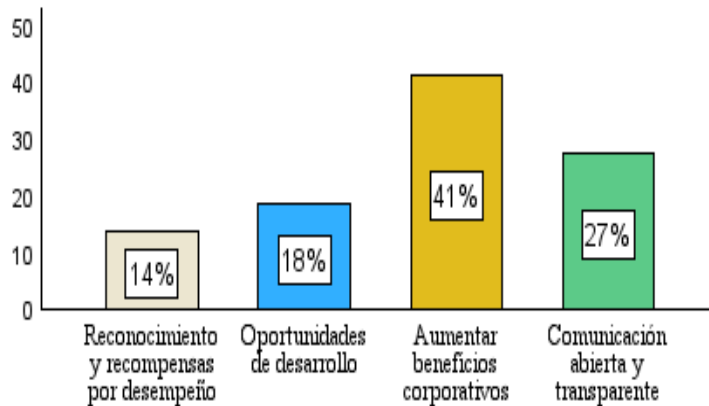


Figura 25

Medidas para fortalecer su lealtad hacia la asociación

En la figura N°25, se muestra como los productores pueden aumentar su lealtad hacia la asociación, trabajar juntos y no cada quien, por su lado, por ello se les preguntó y el 27 % quieren que haya una comunicación abierta y transparente con el presidente, el 41% desean aumentar beneficios corporativos, con apoyos necesarios como machetes, abonos, asistencia técnica, etc. y una cantidad menor del 32% desean que se les dé más reconocimiento y recompensas por desempeño realizado.

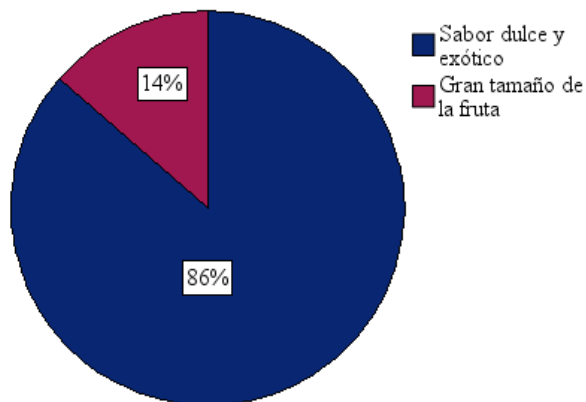


Figura 26

Factores importantes para la reputación de la pitahaya

En la figura N°26, nos muestra la razón del porque la pitahaya es muy comercializada hoy en día, dentro del cual tenemos el 86% no dicen por su sabor

dulce y exótico que gusta desde la primera vez que es degustada, por sus propiedades medicinales, por su aporte de energía al cuerpo, etc. En una menor cantidad con un 14% nos dicen por su tamaño.

3.2. Análisis FODA de la “Asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja”

FORTALEZAS

- Los socios demuestran una actitud emprendedora y están dispuestos a mejorar su sistema de producción."
- El 100% de la tierra de los socios son propiedad de cada uno.
- Excelente ubicación geográfica para el cultivo y producción de esta fruta.
- Ubicación de las tierras de cultivo de los productores.
- El tiempo de cosecha se da en tres temporadas al año
- Centro de acopio amplio

OPORTUNIDADES

- Apoyo a las PYME a través de capacitaciones y asistencia técnica por parte del estado.
- Financiamiento a tasas de interés bajo impulsados por el gobierno nacional
- Actividad económica rentable
- Presencia de mercados locales y nacionales.
- Asistir a ferias nacionales.
- Aumento de demanda del consumo de la Pitahaya.

DEBILIDADES

- Los socios, están a falta de conocimientos técnicos en producción, gestión y comercialización.
- Técnicas de producción poco eficiente y sostenibles.
- Poco cumplimiento de los contratos o acuerdos.
- Escasez de tecnología para una producción de calidad

- Organigrama actualizado correctamente estructurado
- Baja implementación con los equipos y materiales en la planta de acopio.

AMENAZAS

- Las fluctuaciones del precio, no es estable en todo el año
- Otras asociaciones a nivel local, con una producción de fruta con gran atractivo comercial para el mercado.
- Reducción de cartera crediticia por parte de micro financieras.
- Competencia desleal.
- Cambios climáticos que afectan al cultivo.
- Reencuentro de nuevas plagas y enfermedades.
- Altos precios de insumos y fertilizantes.

3.2.1. Matriz FODA cruzado

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
ASOCIACION DE PRODUCTORES LA FRUTA DEL DRAGON-CHURUJA	F1	El 100% de la tierra de los socios son propiedad de cada uno.	D1 Falta de conocimientos técnicos en producción, gestión y comercialización.
	F2	Excelente ubicación geográfica para el cultivo y producción de esta fruta.	D2 Técnicas de producción poco eficiente y sostenibles.
	F3	Ubicación de las tierras de cultivo de los productores.	D3 Poco cumplimiento de los contratos o acuerdos.
	F4	El tiempo de cosecha se da en tres temporadas al año	D4 Escasez de tecnología para una producción de calidad
	F5	Beneficios para la salud	D5 No conocen los beneficios
	F6	Los socios demuestran una actitud emprendedora	D6 Baja implementación con los equipos y materiales.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO
O1 Apoyo a las PYME a través de capacitaciones.	F2, F3, O1, O3	Promocionar las características de las buenas prácticas agrícolas de la producción.	D1, D2 O5 Identificar e implementar programas de desarrollo en el ámbito dentro del distrito
O2 Financiamiento a tasas de interés bajo.	F6, O6	Proyectos de diversificación agrícola a los productores organizados en cadena	D2, O5 Alianzas estratégicas en la cadena productiva para mejorar la competitividad
O3 Actividad económica rentable	F5, O3,	Promocionar el consumo de la pitahaya organica	D1, O2 Promover programas capacitación a los agricultores para fortalecer la competitividad de la cadena productiva
O4 Presencia de mercados locales y nacionales.			
O5 Asistir a ferias nacionales.			
O6 Aumento de demanda del consumo de la Pitahaya.			
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA
A1 Las fluctuaciones del precio, no es estable en todo el año	A1, A2, F2, F3	Crear planes de negocios con valor agregado al sector en beneficio económico de los agricultores	D1, D2, A3 Diseñar y ejecutar campañas de publicidad para promover el consumo de pitahaya
A2 Reducción de cartera crediticia por parte de micro financieras.	A1, A3, F5	Fortalecer los contactos comerciales para asegurar la oferta existente y su colocación oportuna en el mercado	A4, A5, D1, D2 Programas para mejorar las BPA, identificando las zonas que cuenten con las condiciones adecuadas
A3 Competencia desleal.	F4, F6,	Participar en ferias, foros y eventos nacionales e internacionales para difundir los atributos y la calidad	D5, A3 Programas promocionales de la calidad destacando los beneficios en la salud.
A4 Cambios climáticos que afectan al cultivo.			
A5 Reencuentro de nuevas plagas y enfermedades.			

3.3. Estrategias para mejorar la competitividad de la cadena productiva de pitahaya en la asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja.

3.3.1. Implementación de la Misión y visión

Misión: Dar a conocer el producto en los diferentes canales de ventas, resaltando sus propiedades nutritivas de la pitahaya, de esta forma llegar a la mayoría de los consumidores.

Visión: Ser una asociación reconocido a nivel nacional, trabajando en estrategias que ayuden a llegar al comercio exterior, mostrándoles un producto de calidad y adquirible al consumidor.

3.3.2. Creación de Imagen

El nombre “Asociación de productores la Fruta del Dragón-Churuja”

Lema: “Dulzura y energía en cada fruta”

Logo:



Figura 27
Logo

3.3.3. Propiedades y Beneficios

- Ayuda retrasando el envejecimiento celular
- Refuerza el sistema inmunológico.
- Mejora el tránsito intestinal, y sus semillas tienen efecto laxante.
- Ayuda en el regulamiento de azúcar en sangre.
- Excelente para la formación de huesos y dientes

3.3.4. Derivados de la pitahaya

- Pulpa
- Néctar
- Mermeladas
- Hojuelas
- Harinas

- Licor



Figura 28
Derivados de la pitahaya

3.3.5. Canales de distribución del producto

- Venta directa
- Distribuciones mayorista y super mercados
- Comercio electrónico y redes sociales



Figura 29
Iconos de redes sociales

3.3.6. Demanda de pitahaya

Mercado Asiático:

El aumento en el número de consumidores de pitahaya, especialmente se debe a la creencia en la buena fortuna que trae el nombre, las formas y los colores de esta fruta. En Asia, particularmente en China, los consumidores adquieren pitahaya principalmente para rituales relacionados con el fuego, por lo que prestan especial atención a su forma. Por otro lado, los japoneses valoran más esta fruta por su sabor que por su tamaño."



Figura 30
Presentación de pitahaya en Japón

Mercado Europeo

La demanda del mercado europeo por esta fruta ha venido creciendo significativamente, en especial Países Bajos.

El intercambio entre los mercados tradicionales o étnicos y los consumidores está aumentando con la creciente concientización entre los consumidores e incremento del potencial mercado de frutas exóticas y nuevos sabores en este país

Requisitos para la vender en el mercado internacional

- Certificaciones “Fair trade” te da un status como proveedor socialmente responsable, esto se incluye en el etiquetado
- La seguridad alimentaria, es prioridad de los compradores europeos y cumplimiento de los requisitos legales por parte del exportador.
- Uso de recursos biodegradables con fines sostenibles
- Consumidores preocupados por la sostenibilidad social y ambiental.

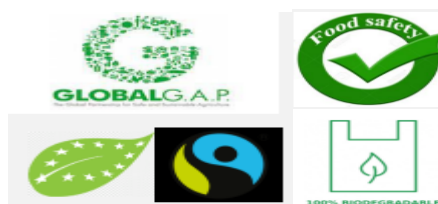


Figura 31
Certificaciones prioritarias en Europa

IV. DISCUSIÓN

En los resultados del trabajo se pudo evidenciar que aún existe muy baja implementación de estrategias competitivas y de comercialización que coincide con la investigación realizada por Edgon & Toala (2022), donde dice que la asociación carece de estrategias de comercialización definidas, lo que lleva a realizar las actividades sin un patrón claro. Además, no se aplican estrategias de mercadotecnia, marketing o ventas, lo que genera dificultades en los canales de distribución y comercialización."

En la variable independiente factores de competitividad el factor tecnológico, tiene una relación significativa en la competitividad debido a que a que a mayor implicancia de tecnología (riego por goteo, mejoramiento en el transporte, uso de refrigeradoras, uso de las redes de internet, etc.) dentro de la producción mayor será la competitividad para la cadena productiva en la asociación la fruta del dragón-Churuja; haciendo énfasis en el mismo tema Camasa (2019), Los resultados de su investigación fueron similares, mostrando que el factor tecnológico influye directamente en la competitividad de la cadena productiva de granadilla en Santa Teresa, Cusco. Se reconoció que, a mayor uso de tecnología, mayor es la competitividad.

La competitividad de la cadena productiva de la pitahaya depende de una combinación de factores técnicos, económicos y sociales. Invertir en tecnología, formación, acceso a mercados y fomentar la colaboración entre productores son estrategias clave para mejorar la competitividad en este sector en crecimiento. La atención a las tendencias del consumidor y la adaptación a las condiciones del mercado también son fundamentales para el éxito a largo plazo, asimismo en la tesis de investigación de Nahuamel (2013) La competitividad del sector depende de todos los componentes de la cadena productiva. Este enfoque integral, basado en los sistemas de producción, ha permitido identificar tanto los aspectos positivos como negativos que influyen en la producción y comercialización del café orgánico. Además, para que los productores se conviertan en buenos comercializadores, primero deben destacarse como excelentes productores.

V. CONCLUSIONES

- La competitividad del sector se basa en todos los elementos de la cadena productiva. Este enfoque sistémico permite identificar tanto los aspectos positivos como negativos que influyen en cada fase, desde la siembra hasta la venta. Por lo tanto, los productores deben enfocarse primero en ser excelentes en su labor agrícola antes de convertirse en efectivos comercializadores.
- Los factores que influyen en la competitividad de la cadena productiva se encuentran principalmente en la fase de producción. Algunos de estos factores incluyen la adecuación de la zona agrícola y las condiciones climáticas óptimas para cultivar la fruta, entre otros.
- Hay factores que tienen mayor y menor influencia, por ejemplo, tenemos el factor tecnológico, capacitación, influyen de forma más representativa en la competitividad, por lo que, si se desarrollan o se trabajan de manera continua, habrá mayor incremento en la competitividad.

VI. RECOMENDACIONES

- Teniendo como base la información recolectada, se aconseja a los estudiantes que exploren en mayor profundidad los temas relacionados con esta investigación, con el objetivo de abordar las debilidades detectadas y mejorar en el futuro.
- La asociación debería concentrarse en ofrecer formación en aspectos como siembra, poda, cultivo, fertilización, recolección y comercialización, ya que se encontraron deficiencias importantes. Esto ayudará a fortalecer la competitividad de los productores a medio y largo plazo.
- Se recomienda a la asociación que trabaje de manera constante en sus estrategias de marketing y forme alianzas estratégicas con actores clave del mercado. Esto garantizará una demanda estable y sostenible para la pitahaya, aumentando las ventas y la rentabilidad a lo largo del tiempo.
- Es esencial desarrollar estrategias que promuevan la inversión en capacitación y tecnología para mejorar la productividad y calidad de los productos. También es importante reforzar las asociaciones de productores, facilitar el acceso a financiamiento, promover prácticas sostenibles e incentivar la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia y competitividad del sector.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación (Primera ed.)*. Arequipa, Perú: Enfoques Consulting EIRL.
- Camasa, J. (2019). Factores de competitividad en la cadena productiva de granadilla (*Passiflora ligularis* Juss) en Santa Teresa, La Convención, Cusco. Cusco.
- Díaz, N. (2016). Técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Edgon, P., & Toala, J. (2022). *Estrategias de comercialización y venta de Pitahaya Hylocereus Undatus, en el Cantón Isidro Ayora*. Quito: Index.
- García, A., & Martínez, L. (2020). Sostenibilidad y competitividad en la producción de pitahaya: Estudio de caso en el Valle del Cauca. Colombia: Revista Latinoamericana de Desarrollo.
- Gonzales, I. (2022). Cadena productiva y competitividad de la tara (*Caesalpinia spinosa*) en la provincia de Huanta Ayacucho. Lima.
- Hernandez, R., Fernández, C., & Bautista, P. (2018). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). Mexico: Mc Graw Hill Education.
- IICA (instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). (2018). *El Mercado Y la Comercialización*. San José.
- Lopera, J. (2000). *Lecturas sobre economía campesina y desarrollo tecnológico*. Colombia: CORPOICA.
- López, J. (2018). *Competitividad en el sector agrícola: retos y oportunidades*. Monterrey: EDTM.
- Medeiros, V., Gonçalves, L., & Camargos, E. (2019). *La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo*. São Paulo: Cepal.

- Nahuamel, E. (2013). Competitividad de la cadena productiva de café organico en la provincia de la Convencion, región Cusco. Cusco.
- Navarro, J., Ezpeleta, L., & Losilla, J. (1997). *Fiabilidad test-retest de la adaptación española de la diagnostic interview for children and adolescents (DICA-R)*. Oviedo, España: CODEN PSOTEG.
- Rojas, P., Sapúlveda, S., & Romero, S. (2000). Algunos ejemplos de como medir la competitividad. San José: IICA.
- Romero , M., & Saucedo, C. (2018). 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. Lambayeque.
- Romero, S. (2020). *Influencia de los factores de competitividad en la gestión de la cadena productiva de sauco de los pequeños productores del centro poblado de Quelluacocha, distrito de Namora-Cajamarca 2020* . Cajamarca.
- Salas, E. (2016). *Cadena productiva de pitahaya: Comunidad de Cotogchoa*. Univercidad central del Ecuador.
- Santarrosa, V. (2013). *Evaluación nutricional comparativa de pitahaya (Hylocereus triangularis) deshidratada en deshidratador de bandejas con la liofilizada*. Riobamba: Ecuador.

ANEXOS

Encuesta a productores de pitahaya

REGION DE AMAZONAS - PROVINCIA DE BONGARÁ

Nº

DISTRITO: Churuja

I. DATOS DEL AGRICULTOR/A

Nombre(s).....

1. ¿Qué nivel de estudio posee?

2. Profesión u oficio.....

3. ¿Cuántos miembros posee su familia?.....

4. Servicios con que cuenta su sector:

a) Saneamiento básico b) Luz c) Salud médica d) Escuela

5. ¿Cuál es el régimen de tenencia de su Predio Productivo?

a) Propietario b) Posesionario c) Arrendatario d) Comunero e) Otros

VARIABLE INDEPENDIENTE: FACTORES DE COMPETITIVIDAD

II. CAPACITACIÓN:

6. ¿Recibes capacitación en comercialización de pitahaya?

a) 1 vez por mes

b) 1 vez cada 3 meses

c) 1 vez cada 6 meses

d) No

7. ¿Está satisfecho con las capacitaciones realizadas sobre el cultivo de pitahaya?

a) Si

b) No

c) Maso menos

d) En gran medida

8. ¿En qué temas de capacitación ha recibido instrucciones sobre el manejo del cultivo?

a) Siembra

b) Podas de cultivo

c) Manejo y post cosecha

d) Buenas prácticas de manufactura

III. GESTION ORGANIZACIONAL

9. ¿Cómo evalúa usted la relación entre los socios y los directivos de la asociación?
- a) Buena
 - b) Mala
 - c) Excelente
 - d) Deficiente
10. ¿Cree usted que la asociación ha tenido un crecimiento continuo desde su inicio de formación?
- a) En pequeña medida
 - b) considerablemente
 - c) En gran medida

IV. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

11. ¿Qué tecnología puede ayudar a mejorar la eficiencia en la cosecha de pitahayas?
- a) Manipulación en la recolección
 - b) Clasificación y selección adecuada
 - c) Mejoramiento de transporte en la cosecha
 - d) Identificación correcta de frutos maduros
12. ¿Realizas análisis de suelos en el cultivo de pitahaya?
- a) Una vez al año
 - b) Una vez cada 2 años
 - c) Una vez cada 3 años
 - d) No
13. ¿Qué tecnología puede utilizarse para optimizar el riego en una plantación de pitahaya?
- a) Sensores de humedad del suelo
 - b) Drones de pulverización
 - c) Sistemas de riego por goteo
 - d) GPS para el seguimiento de la cosecha

14. ¿Qué inversión tecnológica puede mejorar la calidad del fruto de la pitahaya durante el almacenamiento y transporte?
- a) Envases biodegradables
 - b) Uso de contenedores refrigerados
 - c) Aplicación de recubrimientos comestibles
 - d) Cámaras de atmósfera controlada
15. ¿Qué tipo de fertilización utilizas en el cultivo de pitahaya?
- a) Fertilización orgánica
 - b) Fertilización química
 - c) Abonos orgánico-minerales
 - d) No fertiliza

V. INFRAESTRUCTURA

16. ¿Cuáles son las estructuras de protección más utilizadas en el cultivo de pitahaya para proteger las plantas de condiciones climáticas extremas?
- a) Invernaderos
 - b) Pantallas antigranizo
 - c) Mallas
 - d) Cortaviento
17. ¿Cuál de los siguientes métodos de almacenamiento es comúnmente utilizado para prolongar la vida útil de la pitahaya?
- a) Temperatura ambiente
 - b) Refrigeración
 - c) Almacenamiento al vacío
 - d) Bolsas plásticas
18. ¿Qué factor es crucial para mantener la calidad de la pitahaya durante el almacenamiento a largo plazo?
- a) Alta humedad relativa
 - b) Baja humedad relativa
 - c) Temperatura fluctuante
 - d) Almacenamiento en bolsas permeables al aire

VI. FINANCIAMIENTO

19. ¿Cuál es un factor importante a considerar al buscar financiamiento para una plantación de pitahaya?
- a) Rentabilidad a corto plazo
 - b) Plan de negocios sólido
 - c) Tamaño del mercado global de pitahayas
 - d) Costos de producción en otros países
20. ¿Qué entidad podría ofrecer asistencia técnica y financiera para la producción de pitahaya?
- a) Organizaciones no gubernamentales (ONG)
 - b) Organizaciones gubernamentales
 - c) Fondos de capital privado
 - d) Asociaciones de agricultores locales
21. ¿Cuál es un posible desafío al que te enfrentarías al buscar financiamiento para la producción de Pitahaya?
- a) Escasez de demanda de la fruta
 - b) Altos costos de mantenimiento de la plantación
 - c) Falta de información sobre el mercado
 - d) Acceso limitado a fuentes de financiamiento
22. ¿Instituciones que brindan financiamiento?
- a) Agro banco
 - b) Cajas municipales
 - c) Cooperativas de ahorro y crédito
 - d) Financiamientos gubernamentales

VII. DEMANDA DE MERCADO

23. ¿Cuál es el principal factor que impulsa el crecimiento del mercado de pitahaya?
- a) Demanda de alimentos orgánicos
 - b) Los beneficios para la salud
 - c) Exportación de frutas tropicales
 - d) Avances en técnicas de cultivo y distribución
24. ¿Qué segmento demográfico muestra un mayor interés en la compra de pitahaya?

- a) Jóvenes (18 - 26 años)
- b) Adultos (27- 40 años)
- c) Adultos (41- 59 años)
- d) Persona Mayor (60 años o más)

25. . ¿Qué estrategia puede adoptar un productor de pitahaya para diferenciar su producto y aumentar la demanda?

- a) Implementar prácticas agrícolas
- b) Mejorar la calidad de la pitahaya
- c) Aumentar la disponibilidad de pitahaya e
- d) Adaptarse a las tendencias del mercado

VARIABLE DEPENDIENTE: CADENA PRODUCTIVA

VIII. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

26. ¿Qué estrategias de marketing pueden ayudar a aumentar la participación en el mercado de pitahaya?

- a) Desarrollo de una marca
- b) Participación en ferias/eventos
- c) Campañas publicitarias
- d) Alianzas estratégicas (Supermercados)

27. ¿Cómo se puede mejorar la influencia de pitahaya en el mercado?

- a) Ofrecer variedades de pitahaya
- b) Productos procesados (jugos, pulpas, snacks)
- c) Presentaciones innovadoras
- d) Amplia gama de productos derivados

IX. RENTABILIDAD ECONÓMICA

28. ¿Cuánto tiempo se tarda un cultivo de pitahaya en alcanzar la plena producción y rentabilidad?

- a) 1 año
- b) 2 años
- c) 3 años
- d) 4 años

29. ¿Cuáles son los factores que afectan directamente la rentabilidad del cultivo de pitahaya?

- a) Precio
- b) Clima
- c) Plagas y enfermedades
- d) Costos de producción

30. ¿Qué estrategias se pueden implementar para maximizar la rentabilidad en el cultivo

de pitahaya?

- a) Optimización del riego y drenaje
- b) Uso de tecnología agrícola
- c) Diversificación de productos
- d) Mercadeo y branding

X. CALIDAD DEL PRODUCTO

31. ¿Qué medidas se pueden tomar para asegurar la inocuidad alimentaria en la producción de pitahaya?

- a) Manejo de BPA
- b) Implementación de controles de calidad
- c) Manejo del tiempo de carencia
- d) Limpieza en las instalaciones y equipos

32. ¿Cuáles cree usted que son los factores clave para garantizar la calidad de la pitahaya?

- a) Condiciones climáticas óptimas
- b) Uso adecuado de fertilizantes orgánicos
- c) Control de plagas y enfermedades
- d) Cosecha en el momento óptimo de maduración

33. ¿Cómo se mejoraría el manejo post-cosecha en la calidad de la pitahaya?

- a) Control de temperatura y humedad
- b) Cera natural para prolongar la vida útil
- c) Eliminación frutas dañadas
- d) Utilización de empaques

XI. REPUTACIÓN Y LEALTAD DE LOS SOCIOS

34. ¿Qué medidas pueden fortalecer su lealtad de los hacia la asociación?
- a) Reconocimiento y recompensas por desempeño
 - b) Oportunidades de desarrollo
 - c) Aumentar beneficios corporativos
 - d) Comunicación abierta y transparente
35. ¿Cuál de los siguientes factores es más importante para la reputación de la pitahaya como producto?
- a) Sabor dulce y exótico
 - b) Gran tamaño de la fruta
 - c) Resistencia a enfermedades y plagas
 - d) Alta productividad por planta

Validación del instrumento

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y Nombres:** Jonathan Alberto Campos Trigo
- 1.2. **Grado Académico:** Doctor
- 1.3. **Institución donde labora:** UNTRM
- 1.4. **Cargo que desempeña:** Docente

Título de la Investigación: Factores de competitividad de la cadena productiva de pitahaya (*Selenicereus megalanthus*) "Asociación de productores la Fruta del Dragón" Bongará – Amazonas.

- 1.5. **Autor del Instrumento:** Edwin Jhaver Llamas Vasquez
- 1.6. **Nombre del Instrumento:** Cuestionario

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILICE LA SIGUIENTE ESCALA, PARA VALORAR LOS CRITERIOS Y SUS INDICADORES RESPECTO AL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: **MUY DEFICIENTE (1), DEFICIENTE (2), ACEPTABLE (3), BUENA (4), EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán mensurar las variables de estudio y sus objetivos específicos.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems traducen organicidad lógica.					X
SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems demuestran estar adecuados para valorar aspectos del estudio.					X
CONSISTENCIA	Los ítems permitirán obtener información para analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems expresan coherencia con la variable de estudio					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno y más adecuado					X
	SUB TOTAL					50
	TOTAL					50

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Se recomienda su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (Puntaje total x 0.10):

Chachapoyas, 10 mayo de 2024


Firma del Evaluador
DNI: 43861832

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGIA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y Nombres:** M. Sc. Pablo Alfredo Ribay Trujillo
- 1.2. **Grado Académico:** Maestría en Ciencias
- 1.3. **Institución donde labora:** INRIA - UNIRTA
- 1.4. **Cargo que desempeña:**

Título de la Investigación: Factores de competitividad de la cadena productiva de pitahaya (*Selenicereus megalanthus*) "Asociación de productores la Fruta del Dragón" Bongará – Amazonas.

- 1.5. **Autor del Instrumento:** Edwin Jhaver Llamo Vasquez
- 1.6. **Nombre del Instrumento:** Cuestionario

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILICE LA SIGUIENTE ESCALA, PARA VALORAR LOS CRITERIOS Y SUS INDICADORES RESPECTO AL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: **MUY DEFICIENTE (1), DEFICIENTE (2), ACEPTABLE (3), BUENA (4), EXCELENTE (5)**

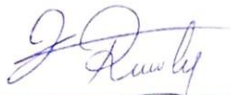
CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán mensurar las variables de estudio y sus objetivos específicos.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems traducen organicidad lógica.					X
SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems demuestran estar adecuados para valorar aspectos del estudio.					X
CONSISTENCIA	Los ítems permitirán obtener información para analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems expresan coherencia con la variable de estudio					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno y más adecuado					X
	SUB TOTAL					50
	TOTAL	50				

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Se recomienda su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (Puntaje total x 0.10):

Chachapoyas, 10 mayo de 2024



Firma del Evaluador

DNI: 73454329

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE INGENIERÍA ZOOTECNISTA AGRONEGOCIOS Y BIOTECNOLOGIA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y Nombres:** *Vásquez Montenegro Ellard Eric*
- 1.2. **Grado Académico:** *D.Cs Economía*
- 1.3. **Institución donde labora:** *UNTRM*
- 1.4. **Cargo que desempeña:** *Docente*

Título de la Investigación: Factores de competitividad de la cadena productiva de pitahaya (*Selenicereus megalanthus*) "Asociación de productores la Fruta del Dragón" Bongará – Amazonas.

- 1.5. **Autor del Instrumento:** Edwin Jhaver Llamo Vasquez
- 1.6. **Nombre del Instrumento:** Cuestionario

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILICE LA SIGUIENTE ESCALA, PARA VALORAR LOS CRITERIOS Y SUS INDICADORES RESPECTO AL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: **MUY DEFICIENTE (1), DEFICIENTE (2), ACEPTABLE (3), BUENA (4), EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems permitirán mensurar las variables de estudio y sus objetivos específicos.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems traducen organicidad lógica.					X
SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems demuestran estar adecuados para valorar aspectos del estudio.					X
CONSISTENCIA	Los ítems permitirán obtener información para analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems expresan coherencia con la variable de estudio					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación					X
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno y más adecuado					X
	SUB TOTAL					50
	TOTAL			50		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El presente instrumento reúne las condiciones para su aplicación en la presente de investigación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (Puntaje total x 0.10):

Chachapoyas, 10 mayo de 2024


Firma del Evaluador
DNI:

Ficha técnica de la pitahaya

FICHA TÉCNICA

Nombre:	PITAHAYA		
Nombre Científico:	Selenicereus megalanthus		
Variedad:	PITAHAYA AMARILLA		
Descripciones y Usos:	Es una fruta rica en agua, por lo que posee propiedades diuréticas. Es rica en minerales ayudando a combatir enfermedades como anemia y osteoporosis. Se la usa en remedios para la salud, en la industria alimenticia y productiva		
Meses de Cosecha	JUN-AGO-OCT		
Característica sensoriales y fisicoquímicas	Aspecto	Tiene una forma ovoide a largada de 10 a 15cm de diámetro	
	Color	Color amarillo	
	Sabor	Agradable al paladar	
Temperatura Requerida	4° C – 8° C		
Ventilación Requerida	Humedad Relativa 80-90%		
Tipo y Unidad de empaque	Cajas (bandeja)		
Calibres	5-8 unidades por caja		
Peso por empaque	2.5 kg/ Cajas		
Cantidad por Contenedor	7.200kg -9.000kg		
Pallets por contenedor	20		
Cajas por contenedor	2880 cajas – 3600 Cajas /contenedor		
Cajas/Palets	144 cajas- 180 Cajas/ Pallet		
Etiquetado	Línea Blanca		
Certificaciones requeridas para la exportación del producto	GLOBALGAP – BPA- FAIR TRADE		
Vida Útil y condiciones de almacenamiento	4°C-8°C a humedad relativa de 80 – 90%		
Tipo y condiciones de Transporte	Contenedores y pallets. Al despachar la fruta debe estar entre los 4°C-8°C los contenedores para evitar el desarrollo de Hongo. Marítimo y Aéreo.		

Operacionalidad de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	TECNICA/ INSTRUMENTO
Factores de competitividad	Competitividad se refiere a la capacidad de una entidad (industria o país) en la producción de bienes y servicios de manera eficiente y efectiva en base a la competencia en el mercado. Se toma en cuenta la capacidad de ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos, utilizando recursos de manera eficiente, innovando en procesos y productos, y respondiendo de manera ágil a las demandas del mercado.	Capacitación	Participación en la capacitación	6	Nominal	Cuestionario/ Entrevista/ Revisión documentaria
			Satisfacción del empleado	7		
			Temas de capacitación	8		
		Gestión organizacional	Clima organizacional	9		
			Crecimiento organizacional	10		
		Innovación tecnológica	Reducción de pérdidas y desperdicios	11		
			Incremento en la productividad	12,13		
		Infraestructura	Inversión en tecnología	14,15		
			Instalaciones de producción	16		
			Infraestructura de almacenamiento	17,18		
		Financiamiento	Gestión de fondos y recursos financieros	19		
			Acceso a incentivos gubernamentales	20		
Acceso a financiamiento externo	21,22					
Demanda del mercado	Tamaño del mercado	23				
	Segmentación del mercado	24				
	Análisis de la competencia	25				
	Canales de distribución	26,27				
Cadena productiva	Se refiere al conjunto de actividades interrelacionadas que se llevan a cabo desde la producción de materias primas hasta la entrega del producto al consumidor. En otras palabras, es el proceso completo que involucra a todos los factores y etapas que están entre la creación y comercialización ya sea de un producto o servicio. (PROINPA, 2010).	Participación en el mercado	Punto de equilibrio	28		
			Rentabilidad económica	Periodo de recuperación de la inversión	29	
		Calidad del producto		Margen de beneficios	30	
			Cumplimiento de estándares de calidad	31		
			Calidad postcosecha	32		
		Reputación y lealtad de los clientes	Calidad física	33		
			Lealtad del cliente	34		
Reputación del producto	35					

Base de datos codificado

BASE DE DATOS DE LA INVESTIGACION																																							
	D1					D2					D3					D4					D5					D6			D7			D8			D9			D10	
Población	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				
Encuestado 1	3	2	4	2	1	3	3	3	4	1	3	4	3	2	1	3	2	2	1	2	3	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	3	2	4	1				
Encuestado 2	1	1	2	2	1	4	2	4	4	1	3	4	3	2	1	3	1	2	1	2	3	4	3	3	2	2	2	1	1	2	1	3	3	3	1				
Encuestado 3	2	1	5	3	1	3	1	3	1	1	3	4	3	2	1	3	2	2	1	2	3	1	2	3	3	2	2	1	1	3	1	1	3	2	1				
Encuestado 4	2	1	2	2	1	3	2	3	4	1	3	4	3	2	1	3	2	3	1	4	3	4	2	3	1	2	3	1	1	2	1	2	3	2	1				
Encuestado 5	2	1	4	1	1	3	2	2	1	1	3	4	3	4	1	3	2	2	1	2	3	1	2	3	4	2	2	1	1	2	1	3	2	2	1				
Encuestado 6	1	1	2	4	1	4	2	1	2	1	2	4	3	2	1	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	1	1	2	1	3	2	3	1	1				
Encuestado 7	1	1	4	2	1	4	2	3	4	1	3	4	3	2	1	3	2	3	1	2	3	4	1	3	4	2	2	1	1	3	1	3	1	3	1				
Encuestado 8	1	1	2	2	1	2	3	3	4	1	2	4	3	2	1	3	2	2	1	2	3	4	2	3	4	2	2	1	1	3	1	1	3	4	1				
Encuestado 9	2	1	5	3	1	3	1	3	1	2	3	4	3	4	1	3	2	2	1	2	3	4	2	3	4	2	2	1	3	2	1	3	3	3	1				
Encuestado 10	3	2	5	4	1	4	2	3	4	1	3	4	3	2	3	1	2	2	3	2	1	1	2	3	1	2	2	1	1	2	1	3	3	3	1				
Encuestado 11	2	1	3	1	1	3	3	3	1	2	3	4	3	4	1	3	2	2	3	2	4	1	2	3	2	2	3	1	3	2	1	3	2	4	1				
Encuestado 12	1	1	4	4	1	2	3	3	1	2	3	4	3	2	1	3	2	2	1	2	4	1	2	3	4	2	2	1	1	3	1	3	3	4	1				
Encuestado 13	2	1	2	2	1	3	4	3	1	1	3	4	3	2	1	3	2	2	1	2	4	4	2	2	1	2	3	1	1	2	1	2	3	1	1				
Encuestado 14	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	2	4	3	2	1	3	2	2	1	2	3	1	2	3	4	2	4	1	3	2	1	4	2	4	1				
Encuestado 15	2	1	4	1	1	3	3	3	2	2	3	4	3	2	1	1	2	3	1	2	3	1	1	2	1	2	2	1	3	1	3	3	3	3	2				
Encuestado 16	3	2	4	2	1	3	3	3	2	2	3	4	3	4	1	3	2	2	1	2	3	1	2	3	4	2	2	1	1	2	1	3	3	4	1				
Encuestado 17	2	1	3	3	1	4	2	3	2	1	3	4	3	4	1	3	2	2	1	2	3	3	2	3	4	2	2	1	3	2	1	3	3	3	1				
Encuestado 18	2	1	3	2	1	4	2	3	1	2	4	4	3	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	3	2	4	1	1	2	1	3	2	3	2	2				
Encuestado 19	2	1	3	2	1	4	2	3	2	1	3	4	3	2	1	3	2	2	1	2	4	1	2	3	4	2	2	1	3	2	1	2	2	1	1				
Encuestado 20	1	1	2	1	1	3	4	3	1	1	3	4	3	4	1	3	2	2	1	2	2	2	2	3	4	4	2	1	3	2	1	3	3	3	1				
Encuestado 21	2	1	4	4	1	4	2	2	1	1	1	4	3	3	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	3	3	1	2	1	3	2				
Encuestado 22	1	1	4	4	1	3	1	3	1	2	2	4	3	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	4	1	1	2	1	4	3	3	1				

Confiabilidad del instrumento

DATOS TEST																																				
Población	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	
Encuestado 1	2	1	4	2	1	3	1	3	1	1	3	4	3	4	1	3	2	1	1	2	3	3	2	2	1	2	3	1	3	2	1	4	2	3	1	76
Encuestado 2	3	2	4	3	1	4	3	3	1	1	3	4	3	4	1	1	2	2	1	2	3	1	2	3	4	2	2	1	1	3	1	3	1	3	1	79
Encuestado 3	2	1	4	2	1	4	2	3	1	1	2	4	3	4	3	1	2	3	3	4	2	1	2	3	3	3	2	1	1	2	1	3	3	4	3	84
Encuestado 4	1	1	3	3	1	4	2	3	1	1	3	4	3	4	4	1	2	2	3	4	3	4	2	3	1	2	3	1	1	3	1	3	3	3	1	84
Encuestado 5	1	1	5	3	1	3	1	3	1	1	3	4	3	4	1	3	2	1	1	2	3	3	1	3	1	3	3	1	3	2	2	3	1	3	1	77

DATOS RETEST (25 días despues)																																				
Población	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	
Encuestado 1	2	1	4	2	1	3	1	3	1	1	3	4	3	4	1	3	2	1	1	2	3	3	1	3	1	3	3	1	3	2	1	2	1	3	3	76
Encuestado 2	3	2	4	3	1	3	3	3	1	1	3	4	3	4	1	1	2	2	1	2	3	1	2	3	1	3	3	1	1	3	1	3	1	2	1	76
Encuestado 3	2	1	4	2	1	4	2	3	1	1	3	4	3	4	4	1	2	2	3	4	3	1	2	3	1	2	3	1	1	3	1	3	3	3	1	82
Encuestado 4	1	1	3	3	1	4	2	2	1	1	3	4	3	4	3	1	2	2	3	2	3	4	2	3	2	2	3	1	1	3	1	2	3	3	1	80
Encuestado 5	1	1	5	3	1	3	1	3	1	1	3	2	3	4	1	3	2	1	1	1	3	3	1	3	1	3	2	1	3	2	2	3	1	3	1	73

PRUEBA TEST - RETEST		
Confiabilidad	0.89918096	90%

Modelo Canvas

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CLIENTE	CLIENTES
<p>*Productores de pitahaya.</p> <p>*Supermercados de Lima (Metro, Totus)</p> <p>*Tranportistas</p> <p>*Instituciones del territorio: Agromercado, Gobierno regional, Cert, Comité exportador.</p>	<p>*Produccion de la pitahaya fresca, Empacar al producto en el envase primario, Diseñar los costos de producción.</p> <p>*Los contratos para la venta del producto.</p> <hr/> <p>RECURSOS CLAVE</p> <p>* Materia prima e insumos</p> <p>* Maquinaria</p> <p>*Capital humano (productores, consejo directivo y asistente tecnico)</p> <p>*siembra</p> <p>*Manejo productivo</p>	<p>Pitahaya fresca con multiples propiedades nutricionales y preventivas beneficiosas para la salud, además tienen un bajo aporte calórico por su composición. Característica Diferenciadoras: respeto al medio ambiente y calidad higiénica</p> <p>" Dulzura y enegía en cada fruta "</p>	<p>*La relacion de la venta se han definido mediante venta directa en los supermercados.</p> <p>*Se contará con una linea para atención y sugerencia por parte de los clientes para una atención eficaz y personalizada.</p> <hr/> <p>CANALES</p> <p>*Entrega directa a los Supermercados.</p> <p>*Publicidad online a travez de paginas web, Facebook, Instagram, Twitter y también vía telefónica</p>	<p>* Clientes entre los 22 y 65 años de un sector socio económico A y B que consuman productos naturales.</p> <p>*Clientes que realicen actividad física y cuiden la salud</p>
<p>Estructura de COSTES</p>		<p>Fuente de Ingresos</p>		
<p>Producto: PITAHAAYA</p> <p>Costo directo(Preparación de Terreno ,Sistemas de riego, Fertilización, Control de plagas, Control de malesas, Cosecha)</p> <p>indirectos (Transporte)</p>		<p>Costos</p> <p>* La venta de frutas exóticas (Supermercados)</p> <p>* Forma de pago (Efectiva y transferencia bancaria)</p>		



Panel fotográfico

