



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

Gestión de ferias locales para la participación de los productores  
agropecuarios, Lima, 2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Maestra en Gestión pública

**AUTORA:**

Rodriguez Caceres, Veronica Regina (orcid.org/0000-0003-3854-8824)

**ASESOR:**

Dr. Menacho Rivera, Alejandro Sabino (orcid.org/0000-0003-2365-8932)

**CO-ASESOR:**

Mg. Cardeña Peña, Jorge Manuel (orcid.org/0000-0003-3176-8613)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Políticas Públicas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

A mi Madre y Hermanos que siempre estuvieron a mi lado dándome ánimo para continuar en este aprender de cada día.

También se la dedico a mi querido Padre que está en cielo y es la luz que me guía para este caminar.

## **Agradecimiento**

A Dios, que siempre me guío y me concedió discernimiento para terminar la maestría.

A mi asesor, Dr. Alejandro Sabino Menacho Rivera, por su dedicación, sabios conocimientos y ánimo que, fueron en los momentos adecuados y me ayudaron a culminar esta investigación.

A mi Co-Aesor Mg. Jorge Cardeña Peña, por sus precisos aportes y conocimientos para mejorar mi trabajo de investigación.

A la Universidad César Vallejo que, estuvo pendiente de mi formación y me brindó los conocimientos adecuados para estar preparada y competir con la globalización y enfrentar los retos que se presentan.

A la Dra. Charito Távara Sabalú, quien estuvo a mi lado en este proceso, compartiendo sus conocimientos, brindándome su apoyo incondicional en esta etapa de aprendizaje de mi vida.

También se la dedico a toda mi familia, que no me dejó sola en este proceso y que es lo mejor que Dios me concedió.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Índice de contenidos	iii
Índice de tablas	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA	27
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	27
3.2. Diseño de estudio	28
3.3. Categorías y matriz de categorización	29
3.4. Escenario de estudio	29
3.5. Participantes	30
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
3.7. Procedimientos	31
3.8. Rigor científico	32
3.9. Métodos de análisis de datos	33
3.10. Aspectos éticos	34
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
V. CONCLUSIONES	40
VI. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1

29

## Resumen

Las ferias agropecuarias, benefician al productor y al consumidor, ya que en ellas podrán adquirir productos saludables que no los expenden en los mercados tradicionales, sino en estos espacios de intercambio de productos de calidad y provenientes de la agricultura familiar de las regiones del interior de país, donde se muestran no solo productos, sino cultura y tradición, donde los consumidores son los sujetos más importantes, ya que sin ellos, no habría forma de realizar negocios, para lo cual es necesario una buena gestión que permita generar espacios donde se puedan realizar la promoción comercial.

La presente investigación tiene por título “La gestión de ferias locales para la participación de productores agropecuarios Lima, 2022”, la misma que tuvo como objetivo general analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima 2022; bajo la metodología cualitativa tipo básica y diseño fenomenológico y hermenéutico, asimismo, se utilizó y aplicó el instrumento de la técnica de entrevista a 10 profesionales encargados de organizar feria y eventos de promoción comercial en Lima.

Según los resultados analizados, se concluyó que, el avance de la implementación de una Política Pública, como eje central de la gestión para el desarrollo de las ferias agropecuarias, el apoyo es mínimo, asimismo, no existe un marco normativo que permita el soporte legal ni tampoco existe la disponibilidad presupuestal para la implementación progresiva de las ferias agropecuarias que permita la participación de los productores, lo que genera un perjuicio para los productores agropecuarios y en consecuencia un desabastecimiento de productos al público consumidor, quienes requieren de estos productos de calidad. Estos productos provienen de la biodiversidad de las regiones del país, lo cual significa pérdida económica para el productor.

**Palabras clave:** Ferias locales, productores agropecuarios, gestión y participación.

## **Abstract**

The present investigation is entitled "The management of local fairs for the participation of agricultural producers Lima, 2022" that one that had as a general objective to analyze the management of local fairs for the participation of agricultural producers Lima 2022. Under the basic type of qualitative methodology and phenomenological and hermeneutic design, likewise, the instrument of the interview technique was used and applied to 10 professionals in charge of organizing trade fairs and events in Lima.

According to the results analyzed, it was concluded that the progress of the implementation of a Public Policy, as the central axis of the management for the development of agricultural fairs, the support is minimal, likewise, there is no regulatory framework that allows legal support nor is there budgetary availability for the progressive implementation of agricultural fairs that allow the participation of producers, which generates harm for agricultural producers and consequently a shortage of products for the consuming public, who require these quality products. These products come from the biodiversity of the country's regions, which means economic loss for the producer.

**Keywords:** Local fairs, agricultural producers, management and participation.

## I. INTRODUCCIÓN

Las ferias son espacios pequeños donde se comercializan productos, es donde se reúnen la oferta que traen los productores y la demanda que es el consumidor, en un ambiente apropiado donde se realiza la comercialización de bienes y servicios, es la promoción que se realiza de los productos, siendo ésta una actividad netamente comercial y su objetivo es negociar productos. (R.M.Nº0650-2006-AG).

Las ferias van evolucionando muy rápido, los productores pueden tener comunicación con los consumidores usando la tecnología, hoy por hoy, tenemos ferias on-line, donde se ofrecen productos de las ferias comerciales y se realizan ventas y atienden las necesidades de sus clientes. Muchas veces los productores ven su participación como un gasto y no una inversión, ya que el incurrir en gastos de pasaje, flete, traslado, les genera algunas dificultades que talvez no evalúan y no toman en cuenta que permanecer en ellas, les ayuda a justificar esos gastos y tener clientes a posterior. (Gopalakrishna et al.,2022).

Algunos resultados demuestran que las ferias son un lugar adecuado como un medio para generar confianza al consumidor por los tipos de productos relacionados a las marcas, a las etiquetas y así mantener la lealtad del cliente y promover la conciencia de comprar productos saludables y tener en cuenta que, para aumentar la efectividad de la feria comercial, es necesario establecer objetivos adicionales al mismo tiempo. (Kirchgeorg et al.,2010).

Estos eventos se concentran en un mismo lugar y en un tiempo limitado, donde se encuentra la oferta y demanda de los productos de la biodiversidad, lo que les permite obtener contacto directo con el público en general que asiste a estos espacios feriales. R.M.Nº0650-2006-AG, citado por la R.M.Nº0007-2022-MIDAGRI.

**En el contexto internacional**, se hace mención a las nuevas tendencias de la agroecología, las que identifican la necesidad de estudiar el sistema agroalimentario, analizar las acciones coordinada con otros sectores y sobre todo la articulación entre la producción y la comercialización en los mercados locales. El objetivo es explicar cómo interactúa la producción, comercialización y el consumo de productos en estos Mercados Locales Tradicionales y Ecológico



de Bolivia. Asociación de Organizaciones Productores Ecológicos de Bolivia – (AOPEB 2017).

En la actualidad los mercados locales e internacionales, numerosos y dispersos agricultores deben enfrentarse a actores dominantes (comerciantes, intermediarios locales e internacionales, agronegocios, supermercados centrales, etc.) que controlan las cadenas de productos básicos agrícolas. Tal es así que, en el Ecuador, cuando se mencionó de gestionar estas ferias solidarias, emergieron los problemas de como convocarlos, ya que se encontraban en zonas alejadas, no existiendo los medios y recursos para buscarlos para que pudieran participar, lo que dificultó tener diversos productos que se expendían en las ferias y darles el beneficio a todos los pequeños productores.

La insuficiencia de las políticas nacionales implementadas en beneficio de las zonas rurales de América del Sur y el creciente dominio de la agroindustria y los supermercados en la distribución que imponían altas exigencias en términos de volumen, estandarización y trazabilidad, agravaron la situación de marginación y subdesarrollo, explotación de la agricultura campesina, (Boletín, FAO, Orientaciones para la construcción de programas de fortalecimiento de capacidades de organizaciones de productores, 2017).

Es importante resalta que la experiencia de un mercado en Bogotá-Colombia, demostró que en la región rural, la pobreza de estos agricultores, continuó y que, a pesar de ser muchos agricultores vinculados al proceso, pocos se integraron a los Mercados Campesinos de Bogotá, esto se debió a las dificultades logísticas que sufrieron para trasladar sus productos a la ciudad y poder participar con autonomía, ya que muchas veces sus cosechas ya estaban comprometidas con intermediarios, lo cual generó pérdidas para los campesinos, ya que el margen de ganancia fue mínimo y muchas veces a pérdida y antes de perder la producción prefirieron comprometer sus cosechas a intermediarios y evitar la pérdida total de sus productos (Cheng, G., Lacroix, P. 2014).

**En el Perú**, en los escenarios actuales las principales ciudades presentan cambios sustanciales respecto a crecimiento y población, siendo la capital-Lima una ciudad densamente poblada, caracterizada por un crecimiento vertiginoso de centros comerciales tanto de productos agroalimentarios, así como de alimentos procesados, artículos para el hogar, cada cual respondiendo al segmento de población en términos de ingreso económico y posición social.

Asimismo, se comprueba que los agentes económicos muestran nuevas modalidades de movilización comercial de productos, introduciendo innovaciones orientadas a lograr sus objetivos de manera competitiva, moderna y automatizada, tanto para escenarios normales como para situaciones de emergencia.

En la actualidad está la moderna modalidad comercial que funciona casi a la perfección en distritos residenciales para poblaciones de ingreso económico medio-alto, población que en su entorno dispone de infraestructura comercial moderna, aparente, que incluye equipos e implementos adecuados, sistemas de frío, autoservicios con línea de productos definidos, con servicio de delivery, con pagos en línea, con sistemas de control, seguridad, horarios, personal preparado, con conocimiento de criterios de calidad, sanidad e inocuidad para agro-alimentos principalmente y ofertas adicionales para satisfacer a los consumidores. Cabe resaltar que, en periodos de emergencia, como ocurrió en tiempos de pandemia originada por la COVID-19 operó positivamente, no solo para el abastecimiento cotidiano con alimentos, sino, también como medio de control para evitar el contagio cumpliendo con los protocolos de bioseguridad implementados.

Cabe mencionar que en zonas de población con menor ingreso económico en las llamadas “zonas marginales”, la realidad resulta muy diferente y preocupante en cuanto a la gestión, organización, control, difusión y participación. Pues, los mercados, centros de abastos y establecimientos particulares, no reúnen las mínimas condiciones de higiene, salubridad y la infraestructura suele ser muy precaria, sin planificación, donde se observa presencia de plagas y hasta roedores con el inminente riesgo de causar, daño y enfermedad a los concurrentes.

Como se puede ver son situaciones claramente contradictorias, pero sobre todo problemática, de un lado, un sistema de movilización comercial de agro alimentos apropiado, moderno, eficiente, con gestión e implementación eficaz; por otro lado, se puede mencionar que un sistema de comercialización impropio, desordenado, insalubre, obsoleto, que en pleno siglo XXI. Esta situación debe cambiar, adoptando medidas integrales de solución, no solo en infraestructura; sino también en gestión, estableciendo medidas y protocolos de seguridad, de modo tal que se avale seguridad y garantía para los productores y

consumidores. Asimismo, los problemas encontrados en la gestión de ferias ha sido la comunicación deficiente entre organizador y productor, la falta de planificación y atención de los imprevistos, falta de un manual de procesos para la realización de las ferias o eventos, situaciones adversas a la planificación, mala elección del lugar, licencias y permisos, falta de personal calificado. (R.M.N°0650.2006-AG).

Ante las dificultades mencionadas, se ha decidido realizar una investigación de la problemática presentada, puesto que los productores agropecuarios de la agricultura familiar, cuya actividad favorece de manera potente el acceso de los productos de alta calidad para los consumidores, es una realidad que compete a todos los productores y consumidores del país.

Esta investigación toma importancia, ya que el mecanismo de ferias locales, beneficiaria a los productores y consumidores, teniendo en cuenta que el sector agricultura dentro de sus competencias funcionales señala claramente que la plataforma de servicios está orientado a brindar apoyo técnico promoviendo la asociatividad, acceso a mercados y demás aspectos de los procesos de producción y comercialización que favorecen al productor agropecuario y por ende al consumidor. (R.M N°0650-2006-AG). Es por esta razón que se formula la pregunta de investigación **¿Cómo se realiza la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022?** Frente a la problemática, se da conocer los problemas específicos ¿Qué rol cumplen las ferias locales de productores agropecuarios? ¿Cuáles son los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios?, ¿Cuáles son los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales?, ¿Qué factores impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales?

Esta investigación tiene una justificación **teórica** porque proporcionará información importante de las ferias locales, la necesidad que se tiene de ellas, capacitaciones necesarias para su implementación, rutas de acceso, lo cual constituirá un aporte necesario para futuras investigaciones, ya que al hacer referencia a las ferias locales como una alternativa concreta para que los productores oferten directamente sus cosechas en ambientes adecuados y así el consumidor se beneficie con productos de calidad y de precios accesibles, que además estarán garantizados con los protocolos de higiene y seguridad.

Es importante señalar que las ferias locales tienen por finalidad promover la exposición y la venta de productos agrícolas, agroindustriales, pecuarios y artesanales, con la intervención de productores organizados, asociaciones, microempresarios, entidades públicas o privadas que ofrecen servicios de acuerdo con el Reglamento y Directiva de Ferias-(Resolución Ministerial N°0650-2006-AG).

Referente a la **justificación metodológica**, existen elementos suficientes que dan a conocer que no existe una planificación para la realización de las ferias de productores agropecuarios, siendo éstas un espacio importante de comercio e intercambio de cultura para los productores de la agricultura familiar, el cual no está normado por ningún reglamento o procedimiento, es que, se hace necesario esta investigación y nos muestra las deficiencias que se tienen en el país para realizar las ferias locales; siendo necesario que las ferias sean sostenibles en el tiempo y el productor tenga un espacio donde ofrecer sus productos de la chacra al consumidor, proponiendo como aporte, sugerir generar una norma en relación a la reglamentación y/o tratamiento legal a favor de la realización de las ferias de productores agropecuarios, lo que beneficiaría a los productos del país, por otro lado, será el marco lógico del diseño de los instrumentos que fueron creados para recoger la información pertinente para responder las preguntas de investigación. Cabe señalar que es una investigación con enfoque cualitativo, porque se recogerá información de los agentes involucrados en la investigación, la cual será analizada de manera cuidadosa con una mirada humanista en los contextos accesibles a la investigación (Carrillo, Gómez y Vargas, 2007).

En cuanto a la justificación **práctica**, esta investigación permitirá que las autoridades locales y regionales se sensibilicen para apoyar a los productores agropecuarios en la implementación de recintos feriales y así brindar a los consumidores productos de buena calidad y precios justos. Además, esta investigación ofrecerá información importante para el desarrollo de capacitaciones constante del productor en temas de cómo mejorar la calidad de sus productos, la presentación, etiquetado, envasado, herramientas de cómo fidelizar a sus clientes y herramientas de comunicación, entre otros.

Como **objetivo se plantea el siguiente Objetivo general**: Analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima

2022, **como objetivos específicos, tenemos:** Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios, describir los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios, Identifica los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales, identificar los impedimentos que no permiten la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales.

## II. MARCO TEÓRICO

**Entre los antecedentes de investigación en lo relacionado al ámbito internacional**, se tiene la investigación de Alava, Peralta y Pino (2019), esta investigación refirió a las nuevas tendencias de la agroecología que identificaron la necesidad de estudiar el sistema agroalimentario y analizar las relaciones intersectoriales y sobre todo la articulación entre la producción y su comercialización en los espacios de mercados locales. En cuanto a las principales conclusiones del estudio, el hecho de que el mercado local sea conocido como una especie de circuito corto que acerca a productores y consumidores con una influencia significativa entre sus actores, existe la necesidad de gestionar el apoyo a los mercados locales, políticas de mercado, aumentar la conciencia de los consumidores, implementar mejoras en los sistemas de producción y la hacer la diferenciación de los productos agroecológicos. Por otro lado, los consumidores aprecian y pagan por los productos orgánicos y desde una perspectiva de seguridad alimentaria, se espera que esto contribuya a agendas de producción y consumo más sostenibles.

Los productos orgánicos, tomaron importancia, ya que algunos consumidores los prefirieron en sus mesas por ser natural, ya que no tenían preservantes, químicos y contribuiría al cuidado de su salud. (Shiksha et al., 2019). Sin embargo, existieron algunas situaciones que se continuaron analizando como:

- Descubrir la resistencia que tenía el consumidor para comprar un producto orgánico.
- Examinar las relaciones empíricas entre la resistencia del consumidor, el consumo ético y las intenciones de comprar.
- Examinar si las barreras que ponían los consumidores para adquirir alimentos orgánicos diferían entre los diversos grupos de consumidores estudiados.

En la india, varios factores influyeron en los consumidores a comprar alimentos orgánicos, se demostró empíricamente que existieron seis puntos que influyeron en la disposición de los consumidores a comprar alimentos orgánicos, tales como: ambientales, salud y estilo de vida, calidad del producto, ayuda a los agricultores locales, precio, así como razonamiento normativo; en los que sobresalió: salud y estilo de vida. (Bilal et al.,2019).

Los productos orgánicos contienen propiedades que los caracterizan como bienes públicos, por la mínima cantidad de pesticidas y fertilizantes químicos usados en la producción, es así como las cadenas de suministro cortas, incrementan la confiabilidad, la comunicación directa y eficiente entre los productores y consumidores. Afirman también que los sistemas alimentarios de la localidad pueden tener beneficios, ya que fomentan empleos locales y favorecen a las empresas locales a lograr el acceso al mercado. (Sigrid Denver, Jørgen Dejgaard Jensen, 2014).

Dejgård et al., (2019), señaló en una edición de revista de estudios rurales, que los consumidores prefirieron alimentos locales, ellos valoraron mucho la calidad del producto, las distancias, la frescura del producto y lo asociaron con alimentos locales, también les brindó seguridad que estos alimentos se hayan producido en su localidad.

Otro factor que tomaron en cuenta, es que, la producción fue local, brindando empleo a los pobladores o productores locales y así tuvieron acceso al mercado, expendiendo alimentos producidos por ellos; también tomaron en cuenta el cuidado del medio ambiente y la producción de los productos sin preservante, ni agroquímicos.

El estudio de Guevara, Arciniegas y Guerrero (2017), indicaron que se han adoptado nuevas visiones de desarrollo agrario y alimenticio a partir de la Constitución del 2008 de Ecuador y las Leyes de Soberanía Alimentaria (LORSA) y de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), en los últimos años se han consolidado en diferentes lugares de la nación un sinnúmero de ferias agroecológicas, ferias solidarias, que promueven el empoderamiento de los agricultores por su propia producción y el contacto directo con el consumidor, promoviendo una economía solidaria.

La idea de las ferias muestra que en Ecuador todavía manejan un entorno de venta desfavorable para el pequeño productor, pues deben dar sus productos

a comerciantes intermediarios, frente a las dificultades que tiene que comercializar de manera directa, siendo los productores de la agricultura familiar. (FAO, 2017), siendo estas actividades agrícolas, ganaderas o pecuarias, pesqueras, forestales, de producción agroindustrial y artesanal, así como las actividades tradicionales de recolección y el turismo rural.

Mancini et al., (2019), nos comentaron en este artículo que, disminuir la cantidad de intermediarios y aumentar la producción y el consumo de alimentos en la localidad parecen ser herramientas valiosas para desarrollar la vida rural, preservar la cultura, cambiar las generaciones rurales y mejorar el bienestar de los consumidores. Los sistemas de producción agroalimentaria locales, benefician a las comunidades rurales, es así que brindan opciones de trabajo a la juventud y permiten crear un lazo entre el productor, la comunidad y el campo.

Se consultó "The Challenges Facing Small and Medium Enterprises (SMEs) Participating in Trade Fair: "Los desafíos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (PYME) que participan en ferias comerciales: un caso de la Feria Comercial Internacional de Dar es Salaam (DITF) en Tanzania, estudiaron los desafíos que enfrentaron las pequeñas y medianas empresas que participaron en ferias comerciales internacionales.

El método utilizado fue cualitativo y las herramientas utilizadas fueron entrevistas a las empresas participantes en la exposición, en este caso de Tanzania. Se concluyó que los principales beneficios de participar en exposiciones internacionales, son la construcción de relaciones comerciales con nuevos clientes, la creación de perspectivas de volumen de ventas, la obtención de una visión total de la situación del mercado global y la oportunidad de demostrar productos innovadores. Este estudio contribuye a esta investigación proporcionando una indicación de las variables (efectos) estudiadas en detalle.

Según Cordero (2017), en su tesis, comentó que las empresas presentan una gran representación en las ferias internacionales y PROECUADOR las apoyó de esta manera con capacitaciones previas y retroalimentación en cualquier término de la feria. Las empresas ecuatorianas consideran que su participación en exposiciones es la mejor opción para la internacionalización y comercialización de sus productos. Además, muestran que las medianas y grandes empresas ven estos eventos como canales



de networking y posicionamiento. Se utilizaron métodos cuantitativos y encuestas (la muestra fue a 200 empresas exportadoras) como herramientas para esta investigación. Este artículo es una contribución al estudio, ya que analiza las cambiantes exposiciones internacionales en Ecuador.

Este trabajo de investigación consistió en un estudio de la Feria EcoTambo, en el municipio La Nuestra Señora de La Paz de Bolivia, durante el período 2020-2021 (Proyecto agricultores familiares, innovación y mercados (2021). El propósito del estudio fue describir la innovación de la producción, comercialización, consumo y organización que se vio en los productores hortícolas participantes en la exposición del EcoTambo Tambo. Para ello se utilizó la investigación participativa revalorizada, en la que participaron los productores, comercializadores y consumidores de la feria.

Danaides, F., Wesz, V. (2020) en su investigación agricultura familiar campesina y cadenas cortas agroalimentarias, la Feria Municipal de Yuty – Caazapá (Paraguay), cuyo objetivo fue detallar y estudiar las características generales de la feria municipal y comprender cuán importante es este espacio para los agricultores y consumidores. Se tomaron en cuenta para obtener los datos, una revisión bibliográfica, análisis de datos secundarios y una encuesta preliminar a cuatro personas vinculadas a la feria, consecutivamente, se realizó una encuesta a 9 productores de la feria y a 11 consumidores que estuvieron presentes en ese momento. Por otro lado, los resultados muestran que la feria Municipal Yuty Caazapá es muy importante para los productores que venden en este mercado porque expenden todos los productos a buen precio. Además, las ferias son fundamentales para generar ingresos a las familias productoras y dar a conocer el mercado local. Los consumidores - clientes acuden a la feria porque pueden encontrar productos frescos y únicos a precios accesibles mientras construyen una buena relación con el productor, se puede decir que esa feria municipal es una forma de incursionar en el mercado, beneficiando a productores y consumidores, resultando en un proceso de desarrollo más incluyente y contribuyendo a la alimentación saludable de la sociedad.

La participación de los visitantes en las ferias comerciales tomó importancia y cómo su satisfacción y percepciones se relacionan con el desempeño de la feria, los resultados destacaron la relación entre las fases de pre-exposición, durante la exposición y post-exposición; el comportamiento del

visitante refleja cómo la feria es vista para una compra posterior, mientras que la visita posterior surge como una pista para la evaluación de la feria en relación con la percepción que tiene el visitante. (Vitali, V. et al 2022).

Por su parte Feito, M. (2020). Comercialización de la agricultura familiar para el desarrollo rural: feria de la Universidad Nacional de La Matanza-Argentina, aquí se demuestran la importancia del canal de comercialización en el sector de la agricultura familiar como un instrumento importante en Argentina, revelando las experiencias alternativas de comercialización de productores familiares en La Matanza. Es interesante ver la “exposición del productor hacia el consumidor” que ha evolucionado en ocho ocasiones desde fines de 2015, con dos días de exhibición y venta de productos en la sede de San Justo, a 17 kilómetros de la ciudad de Buenos Aires. Este estudio tuvo como propósito demostrar la importancia del canal de comercialización de la agricultura familiar como herramienta para el desarrollo rural a nivel local, así como mostrar la importancia del sector agropecuario y su impacto en la economía nacional. Se utilizaron métodos cualitativos en el trabajo de campo etnográfico donde se realizaron entrevistas a proveedores, extensionistas, visitantes y consumidores en general, hicieron un trabajo constante de vigilancia en todo el tiempo que continuaron las otras versiones de estas ferias. Se realizó un análisis secundario de fuentes bibliográficas y datos estadísticos nacionales sobre agricultura familiar y mercados en Argentina. Los temas abordados fueron el desarrollo rural en Argentina y la función estratégica de la comercialización de la agricultura familiar. Describieron el contexto en la feria argentina y analizaron sus experiencias. Concluyeron que el sector manufacturero debe ser considerado, aunque de manera extraoficial, por su aporte en lo económico al desarrollo del país y su papel como proveedor de alimentos en el mercado interno.

**En el ámbito nacional**, lo indica Dorcas (2019) en la investigación cultura empresarial en la asociación de productores agropecuarios de Huallquin Grande, distrito de Huaricolca, provincia de Tarma, la cual tuvo como objetivo, identificar los elementos de la cultura empresarial que hay en la producción, organización, funcionamiento e intereses económicos, sociales y culturales de los integrantes de la Asociación de Productores Agropecuarios. Los métodos de investigación utilizados fueron cualitativamente descriptivos, indicaron que se utilizaron las

siguientes técnicas: observación participante y entrevistas en profundidad. La asociación consta de 14 socios activos, quienes seleccionaron a 7 socios como muestra, asimismo, cuenta con apoyo teórico de la Nueva Ruralidad, sociología de las organizaciones y de la organización. Finalmente, se incluyeron elementos culturales, tales como: efectos de la gestión, estrategia, cambio y aprendizaje, que se reflejan en los aspectos económicos, sociales y culturales creados en la asociación y en la mejora de la calidad de vida y su desarrollo, a través del nuevo panorama, se refleja en la innovación, la eficiencia, la calidad, la composición de la empresa, la capacidad de gestión, los valores culturales, el papel de los agricultores y el trabajo duro. Muestra que se identifican como resultados los elementos y ventajas de una la cultura de la organización.

Castillo y Echevarría (2019) en esta investigación, se concluyó que las ferias saludables de la Lima moderna, fueron un estudio donde se promovió a los productores para adquirir la certificación orgánica. El objetivo de este estudio fue determinar qué motiva a los productores de la Feria de la Salud de Lima de este tiempo a obtener esta certificación. En la investigación, se destacó que están más motivadas para ingresar a este campo ofreciendo productos saludables que recompensas financieras. Para llevar a cabo este estudio, utilizaron el enfoque de los cinco capitales de vida sostenible, la que fueron planteadas por el Department for International Development,- DFID (2008), a través del cual analizamos la situación de partida para comprender qué forma de desarrollo sostenible se debe elegir, como los aspectos ambientales, pero también económicos, sociales, humanos y físicos; además de permitir que las personas sean agentes de cambios positivos en los medios de vida y el desarrollo.

Según Valderrama, L. (2018), que en esta investigación se reflejaba la relación entre la participación en ferias comerciales y el desempeño de las empresas asociadas a Pro Olivo 2016 – 2017. El desarrollo de este trabajo de investigación está enfocado en comprender el compromiso de los colaboradores de Pro Olivo para participar en ferias y su desempeño en el periodo 2016 a 2017; permite visualizar la participación en la feria con la relación entre manejo, dar a conocer el producto, nivel de competencia y llegar a los objetivos comerciales; este trabajo de investigación fue experimental, fue interpretativo,

descriptivo y los datos se obtuvieron de forma directa. El área de investigación está relacionada con exposiciones internacionales y en el contexto del comercio exterior, teniendo en cuenta que la provincia de Tacna es una región de exportación, la promoción de la política nacional de exportación se ha implementado a instancias de las instituciones estatales, especialmente el Ministerio de la Producción. También vale la pena señalar que se requiere mejorar las operaciones de las empresas relacionadas con Pro Olivo, lo que les permitirá incrementar su la producción, tener una mejor calidad del producto y ofrecer excelentes productos de exportación a los mercados internacionales.

Arbulu (2019) dice, que el propósito de conocer la efectividad de la participación en las ferias comerciales, es examinar las variables y comprobar si una de las razones del crecimiento del comercio internacional es en la actualidad un instrumento de promoción comercial dirigida a todas las empresas para incrementar las exportaciones. Cabe agregar que los datos arrojaron que asistir a ferias afecta el incremento de las exportaciones. El tipo de investigación fue de enfoque mixto, orientada principalmente a la investigación cuantitativa con alcance correlacional, la cual se basó en la aplicación de investigaciones y datos estadísticos de empresas en el campo a través de plataformas de investigación. En definitiva, se establece que las ferias contribuyen al incremento y crecimiento de las exportaciones y las ventas, es importante observar que otros elementos influyen en el ligero aumento de sus ventas con relación al año anterior.

Según Andrade (2018) en su tesis, concluyó que, a través de las encuestas realizadas en las ferias comerciales se evidenció la conexión que existe entre las estrategias de promoción comercial y el crecimiento del mercado, para ello se usaron como instrumento, entrevistas con enfoque cualitativo.

Con relación a la fundamentación teórico de las ferias agropecuarias, se hace mención que son espacios donde los productores exponen sus productos de la chacra a la olla, los mismos que son transformados por ellos mismos, para darle un valor agregado a los productos. (R.M.Nº0650-2006-AG).

Para la participación de los productores, se tienen tipos de ferias; señala la Feria de Agricultores Innovadores (FAI), que es una programación metodológica que en el marco del tributo, la creatividad, la iniciativa y la capacidad innovadora de los productores, se tiene como actividad la agricultura en pequeña escala, en el entendido que la agricultura en su acepción

generalizada, incluyen la ganadería, la pesca, los productos forestales, donde la FAI reúne a los agricultores involucrados en un solo lugar durante uno o varios días, para exponer sus productos. (Quiroga G., Flink I. 2017).

En relación a los tipos de ferias que existen, ya sea por producto o servicio que exhiben: Ferias sectoriales: Dirigida a un solo sector económico; ferias multisectoriales: Se dirigen a varios sectores económicos. Por el tipo de público asistente: Ferias generales: En estas ferias encontramos a un grupo de visitantes totalmente variado, desde empresarios a consumidores finales. Ferias especializadas: Las personas asistentes a estas ferias son empresarios que pertenecen únicamente a algún ámbito nacional o internacional de un tema o sector en específico.

Por la cobertura geográfica, tenemos: ferias locales, los expositores o exponentes son de una misma localidad; ferias regionales, los expositores son de la misma región; ferias multirregionales, los expositores son oriundos de al menos 2 regiones; ferias nacionales, son personas de distintas regiones, de un mismo país y ferias internacionales, las cuales se llevan a cabo con expositores de distintos países.

Finalidad de las ferias: La finalidad de las ferias está en 'hacer negocios'. Mediante la exhibición de productos y servicios, los productores brindan oportunidades de compra y venta de su mercancía. Estos eventos permiten a los expositores conseguir una gran cantidad de contactos con potenciales compradores.

Participantes de las ferias, son los productores, especialistas - representantes del sector público, instituciones empresariales privadas y el público en general.

Importancia de las ferias: Gracias a estas ferias se pueden identificar excelentes proveedores con un gran potencial, además de permitir que los mismos pongan a prueba sus productos al ser justipreciados por los consumidores. Se puede afirmar que los participantes más importantes en estas ferias son los compradores, sin estos, no habría forma de hacer negocio., de acuerdo al Reglamento y Directiva de Ferias. Resolución Ministerial N°0650-2006-AG.

Según Arbulú (2019), en su tesis "Las ferias comerciales y su impacto en el crecimiento exportador de las PYMES en las prendas de vestir algodón", concluyó que las ferias ayudan a las empresas a obtener compradores

internacionales, mientras que las otras razones por las que no vendieron en el extranjero fueron factores ajenos a su investigación.

Esta tesis aportó al tema de este estudio, ya que concluyó diciendo, que la correlación entre la participación en ferias comerciales y el incremento de clientes internacionales es efectiva.

Según Andrade (2018), en su tesis “Importancia de las estrategias de promoción de PROMPERÚ para promover a las Mypes Exportadoras en el Distrito de Puente Piedras en 2016 - 2017”, la cual concluyó que a través de los instrumentos de encuestas se pudo comprobar la importancia de participar en las ferias comerciales ya que las empresas del Distrito de Puente Piedra buscan ampliar sus ventas en otros mercados.

Este hallazgo contribuye a este estudio ya que confirma una correlación entre las estrategias de promoción de ventas (mercados) y la extensión del mercado de Mypes. En este contexto, se utilizó como herramienta la entrevista y el abordaje fue cualitativo.

Participación de los productores en las ferias, es la oportunidad que se les brinda para promocionar sus productos frescos y procesados, esta participación les ayuda a incrementar su economía y les da la oportunidad de darle trabajo a los familiares y a su entorno.

Productores agropecuarios, de acuerdo al concepto general, se entiende y/o se define a productores del segmento de la agricultura familiar, como aquellos individuos que tiene como actividad principal y medio de ingresos, la agricultura, actividad que incluye: preparación de terreno, siembran, labores culturales, cosechan, post cosecha y movilización comercial de las cosechas que obtienen en el predio familiar que conducen, sea en una campaña agrícola agrande (agosto - julio) o en una campaña complementaria, también denominada campaña chica.

Las organizaciones de productores agropecuarios, son organizaciones rurales muchas veces, formalizadas, cuyos integrantes se organizan para mejorar sus ingresos, sus productos agrícolas, mejorando la producción, la comercialización y el procesamiento de los mismos.

Se encargan de las políticas relacionadas con temas como los precios agrícolas y las importaciones y exportaciones; mejoras en los métodos de

producción, acceso a los insumos y servicios, incluido el crédito agrícola y la comercialización de productos agrícolas. Rondot, P. y Collion, MH (2001).

Según Moscoso (2021) en su ensayo “Análisis del nivel de participación de los productores agropecuarios en el desarrollo de la parroquia Cuchil, Cantón Sígig en el año 2020”, manifestó que es importante que los productores se involucren en el contexto local, a través de los diversos mecanismos de representatividad, para promover el desarrollo comunitario. Para este trabajo, recopilaron información secundaria de estudios realizados que tuvieron alguna similitud con el tema investigado, con el fin de reflejar el nivel de cooperación de los productores agrícolas. Luego recopilaron datos de tipo primario de mucha importancia para el tema de investigación, con el fin de obtener información auténtica y confiable, realizaron una encuesta a 132 productores agropecuarios, habitantes de la Parroquia Cuchi, del poblado de Cantón Sígig-Ecuador, donde resaltó el nivel de cooperación de la población de esta parroquia. Finalmente, los resultados alcanzados de la presente investigación, mostraron que el grado de participación de los productores que son los pobladores, es bajo, indicando que no hay comunicación de la población con el sector público, quienes podrían brindar algún tipo de apoyo para la organización y la difusión de estas ferias locales, que vendría en beneficio de los productores agropecuarios y de la económica del pueblo.

Por otro lado, Kumar et al., (2021) comentaron que el apoyar a los productores en sus localidades, los motiva para mejorar sus productos y de esta manera atraer a sus consumidores, el desarrollo sostenible requiere que se adopten comportamientos respetuosos con el medio ambiente como el consumo de alimentos de la localidad, explorar el historial de consumo de alimentos locales, facilitado por su sistema de distribución subyacente, puede ayudar a proporcionar información útil a los productores locales de alimentos y ayudarlos a desarrollar estrategias efectivas para atraer consumidores.

Mercados de abastos, generalmente se conoce como mercado de abastos a una infraestructura de servicios donde se realizan la compra y la venta de productos de acuerdo a la naturaleza de la actividad misma; así, por ejemplo, un mercado de productos agroalimentarios, es el ambiente donde se ofertan productos procedentes de los predios agrícolas y de centros de crianza de especies que producen carne, leche y derivados. Esta infraestructura incluye

acceso de ingreso para los productos, ambientes para almacén, stands, balanzas, pediluvios y rodiluvios, áreas administrativas, entre otros. En los años últimos, los mercados comerciales se han transformado en objeto de mucha investigación debido al papel que han jugado durante décadas en el consumo, son espacios donde encontramos agroalimentos directamente ofertado por los productores directos como e intermediarios ligados a la comercialización.

Jurado (2019), sostuvo que las ferias populares urbanas son calificadas como espacios de intercambio no sólo de productos sino de vivencias y aprendizaje e intercambios culturales. Actualmente esta modalidad de comercialización cobra cada vez mayor vigencia no sólo en ciudades europeas, sino a lo largo del mundo, como en América Latina, destacando Argentina, las donde se realizan intercambios de mercancías y de experiencias sociales y modalidades ancestrales de intercambio comercial en la provincia de Mendoza.

De la base teóricas Gestión organizacional, Rodríguez D. en el libro titulado; "Teoría Organizacional, Gestión Organizacional", manifestó que las organizaciones en la actualidad, son un fenómeno típico en la sociedad moderna. A través de ellas, aportan soluciones a las muchas necesidades de las personas. La vida humana moderna está íntimamente relacionada con este sistema social, por lo que existe un interés creciente por comprender su dinámica y mejorar su gestión. Además, Rodríguez, en la quinta edición del libro, incluye un nuevo capítulo, donde introduce los aspectos más importantes de la investigación organizacional, quien se inspiró en la teoría de Niklas Luhmann, (2009) "La sociedad moderna como un sistema". Siendo una forma muy popular de organizar funciones, procesos y problemas del sistema, lo que constituye un aporte muy potente en la gestión.

Gestión, según Frederick W. Taylor (1994), considerado como el padre de la administración y de acuerdo a sus principios de la organización científica del trabajo desarrollado en 1911, dice que "La gestión es el arte de saber lo que se quiere hacer y a continuación, hacerlo de la mejor manera y por el camino más eficiente".

De la misma forma, Henry Fayol, sostiene en su obra "Administración industrial y general", publicada en 1916, que la gestión es un proceso articulado por cinco elementos administrativos: planeación, organización, dirección, coordinación y control. Estos deben cumplir estos principios que nos permiten la



forma y funcionamiento del cuerpo social. (Henry F., 1969, p. 164) y nos ayudan a planear y visualizar el fruto y trazar el programa de acción que tenemos programado. Por lo anteriormente mencionado, se considera que la gestión es un término multifuncional que se aplica de varias formas y es una etapa que se realiza para llegar a los objetivos de manera organizada, lo que permite obtener resultados alentadores, de ahí la importancia de realizar la gestión de manera sistematizada.

Gestión de las ferias y sus etapas, Empirance Events-agencia event planner de Barcelona, en su boletín (2019), Instituto Iberoamericano de Patrimonio Cultural y Natural en su libro Información y Guías para la Participación en Eventos Feriales Nacional e Internacionales-Ecuador (2010), señalan que existen algunos criterios que los organizadores de una feria deben considerar, para cumplir los objetivos de la misma, siendo: El antes, la gestión de pre - feria es el 70% de la logística tiene los siguientes pasos: el primero, es la elaboración del plan de negocios (metas, objetivos, estrategias) la cuales se realizaran en la gestión de la feria; el segundo, es identificar la feria en la que participará; el tercero, tener un presupuesto asignado (alquiler de espacio, stands, transporte, decoración, promoción y publicidad); el cuarto, la ubicación de los stands; el quinto, el diseño y la decoración de los stands (banners, banderolas, muebles, sillas, etc.); el sexto, información acerca de los productos a exhibir, de sus bondades y las propiedad de los productos y el séptimo, montar un stand con exhibición atractiva al público, puesto que la ideal es atraer la atención de los visitantes, con productos calidad, de buena procedencia y atractivos al público consumidor y complementariamente instruir al personal encargado de brindar información de la feria, en conceptos de relaciones humanas, a fin de garantizar un trato adecuado al público concurrente.

El Durante, es la actividad ferial, donde intervienen los organizadores y productores, se contará con seis pasos: el primero, conocer las propiedades y bondades de los productos a exhibir y tener una buena presentación para el público consumidor; el segundo, el contacto con los clientes potenciales, pudiendo hacer una invitación personal al visitante para concretar futuros negocios; el tercero, considera que es importante tener un registro de toda la información como los formularios, los cuadernos de negocio y las tarjetas; el cuarto, gestionar algunas reuniones para la presentación de todos los productos,

los mismos que se expusieron en los stands, lo ideal es complementar esa presentación que se realizó en el stand; el quinto, participar de algunos eventos como las ruedas de negocio, congresos, ponencias y reuniones técnicas y por último, el sexto, que es visitar los lugares de interés, haciendo un recorrido por toda la feria, visitando stands, para establecer una participación adecuada y razonablemente competitiva, considerando la presentación de los productos (diseños, etiqueta, envases, contenidos e información ilustrativa). Esta información, les permitirá tomar decisiones pertinentes para la mejor presentación de sus productos. Asimismo, es importante tomar nota y contactar con los agentes involucrados y que tengan interés en adquirir los productos ofertados. Esta información es de gran importancia para futuros negocios, puesto que permite tener en cuenta los intereses y necesidades del comprador, así como disponer de un directorio que servirá de base para establecer futuros negocios.

El después, es en esta última etapa, es el segmento que requiere dedicarle mayor cuidado, con el propósito de conocer el objetivo que perseguía la feria. Aquí se tiene muy en cuenta el desmontaje de la feria, el recojo de los productos que quedaron de los feriantes y la entrega del espacio utilizado, el cual debe estar en óptimas condiciones, y por último, es muy importante hacer una evaluación del desarrollo de la feria para analizar los resultados y mejorar los aspectos que sean necesarios.

La etapa de post-feria comprende de cuatro etapas, siendo muy importante realizarla con la participación de organizadores y productores. Primero, los organizadores remitirán una carta de agradecimiento a todos los expositores y compradores por su visita a la feria e invitándolos a la siguiente feria, además, podrán responder algunas inquietudes de los compradores, solicitando a su vez un comentario sobre su percepción respecto del desarrollo de la feria. Segundo, los productores tienen que dar respuesta de forma inmediata ante cualquier consulta que le hayan formulado sobre los productos, de no contar con la información en ese instante, indicar cuando se le remitirá lo solicitado. Tercero, los productores realizarán el seguimiento a los contactos obtenidos, a través de los correos electrónicos, llamadas telefónicas y las redes sociales. Cuarto, los productores planificarán las visitas acordadas con sus posibles clientes, es muy importante proveer los pormenores para la

organización de las visitas agendadas a los lugares respectivos a fin de concretar el negocio.

Jaramillo (2010) menciona, que las ferias como misiones empresariales deben ser desarrolladas en un espacio adecuado de negociación, teniendo en cuenta que las relaciones comerciales que se llevaran a cabo, serían efectuadas de manera directa, permitiendo ésta el negociar los términos de compra-venta de forma más clara, así como las inquietudes que se presenten por parte del comprador o del vendedor, serían resueltas de manera inmediata.

Las ferias, facilitan una gran oportunidad a los productores agropecuarios, proveedores y consumidores de congregarse en un momento y lugar determinado y esto permite intercambiar información directamente, interactuar frente a frente, conocer de sus culturas y aprender unos de otros y sobre todo de innovar y conocer más de los productos y de su presentación, permiten un acercamiento entre los consumidores y los productores, son importantes herramientas de marketing, constantemente los productores están innovando nuevos productos, pueden monitorear a sus competidores y tener contactos personales con los clientes. Köksal et al.,(2021).

Problemas que se presentan en la gestión de las ferias, en este proceso es común comprobar que existe comunicación deficiente entre organizador y productor, siendo este uno de los principales inconvenientes para organizar una feria, en muchas ocasiones no reciben la información necesaria, o la tienen fuera de fecha y eso retrasa la participación del productor, siendo lo recomendable disponer de comunicación directa, fluida y eficaz para participar adecuada y oportunamente en las ferias.

Falta de planificación y atención de los imprevistos, los organizadores de ferias, muchas veces no cumplen con los plazos establecidos, siendo esto fundamental, no desarrollan un cronograma de trabajo detallado de las actividades de la feria o en muchas ocasiones se tiene que adaptar o incrementar los espacios de los stands, de ahí la necesidad de tener toda la preproducción para que todo fluya según lo planificado. En la planificación no se consideran los imprevistos climatológicos que puedan surgir, se dan de un momento a otro, es necesario hacer un estudio, para usar los recursos de la zona.

La climatología es un clásico en los imprevistos, pues se experimenta viento, lluvia, calor o frío, que muchas veces no se tiene contemplado en un plan B para resolver la situación.

Falta de un manual de procesos para la realización de las ferias, la falta de este instrumento de organización de las ferias influye en que la logística del desarrollo de las mismas incurra en situaciones complicadas y generen retrasos en la implementación, desvirtuando el objetivo y alcances de la misma.

Situaciones adversas a la planificación, esto suele pasar en una feria, incremento o disminución del número de productores, asociaciones, empresas, y/o cooperativas convocadas, situaciones que afectan el normal desarrollo de la feria.

Mala elección del lugar, cuando se elige el lugar donde se llevará a cabo la feria, se hace sin considerar las condiciones necesarias de infraestructura, la implementación, tipos de productos de acuerdo a las necesidades del consumidor. Cabe decir que muchas veces el espacio no es accesible para el productor ni el consumidor.

Licencias y permisos, otra de las dificultades para el funcionamiento de las ferias, son las gestiones para las licencias y permisos ante las Municipalidades y APDAYC, ya que los tiempos que se disponen son cortos para los trámites a realizar.

Falta de personal calificado, para el funcionamiento de una feria, es necesario trabajar con personal con experiencia en organización de eventos. Pues, en ocasiones por abaratar costos, se trabaja con personal no calificado, lo que repercute en una mala organización y mala distribución de los stands en las ferias. En resumen, ante las dificultades mencionadas es importante investigar la problemática que presentan los productores agropecuarios de la agricultura familiar, cuya actividad favorece de manera potente el acceso de los productos de alta calidad para los consumidores.

Mercado de productores agropecuarios, de acuerdo a lo indicado en sus política y planes, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y PROMPERÚ, brindarán el apoyo a la organización de ferias para el desarrollo de estrategias, plasmado en el “Plan Nacional de Exportación y el Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2019-2030” que ha priorizado el comercio exterior, teniendo como un objetivo, promover acciones para el progreso de la

oferta exportable y mercados internacionales, a través de las acciones de promoción para las ferias.

Por lo anteriormente mencionado se puede crear un modelo nuevo de mercados de abastos, en cual consiste en delinear e implementar pilotos de mercados de abastos que obedezcan a los patrones de calidad en tema de infraestructura, de cómo manejar los residuos sólidos, de cómo manejar la seguridad y limpieza y lo relacionado a la sanidad e inocuidad de los productos y los espacios de exposición de productos.

Para ello, se ha considerado ejecutar mercados pilotos en diferentes regiones del Perú, donde se debe tomar en cuenta los aspectos geográficos, socio-económicos y culturales de cada región. Estos pilotos se realizarán a través de las actividades de asistencia técnica a cargo de PRODUCE para los Gobiernos Locales y a quienes deseen crear y construir estos mercados.

El acompañamiento será desde los trámites del “saneamiento físico legal del terreno, hasta la ejecución física y financiera de los proyectos de los mercados de abastos y les brindaran el fortalecimiento en gestión del comercio interno a comerciantes-productores, a través de la formalización de sus negocios”.

Rol de las ferias locales, es importante resaltar que, en las ferias locales, se brinda un espacio al productor para así expender de manera directa sus productos frescos de calidad que provienen desde sus chacras, con el debido manejo de buenas prácticas agrícolas. Finalmente, estas ferias tienen como objetivo brindarle la oportunidad al productor para que exhiban la biodiversidad de los productos peruanos. Están cumplen un rol muy importante ya que hace posible que productores agropecuarios y consumidores se encuentre en un mismo lugar, lo que permite agilizar los tiempos, para establecer contactos y celebrar futuros negocios. Asimismo, es un espacio donde encuentran una variedad de productos de la biodiversidad. (Sandoval, 2010). En suma, se trata de establecer circuitos cortos de comercialización evitando la participación innecesaria del intermediario, que actúa en detrimento del productor en cuanto a la obtención de ingresos por la comercialización de sus productos.

Se precisan que entre los beneficios que obtienen los consumidores en las ferias agropecuarias, es el comprar productos frescos y de calidad,

provenientes de la chacra a un precio justo; productos sometidos a manejo de calidad como las buenas prácticas agrícola, de manufactura; acceder a productos de la biodiversidad del que disponemos; consumir productos de la estación y conocer las bondades nutraceuticas y culinarias. Para ello resulta necesario contar con información detallada e identitaria de cómo usar los productos para beneficio del consumidor (Kina et al., 2018).

Rodríguez (2011) hizo referencia a los elementos de factibilidad de las ferias, lo cual requirió examinar la relación de variables y comprobar si una de las razones del crecimiento del comercio internacional es en la actualidad un instrumento de promoción comercial que se dirigió a todas las empresas para incrementar las exportaciones, asimismo, el estudio de factores de frecuencia, reincidencia y elegibilidad es importante tener en cuenta en la elaboración de la feria, asimismo, los datos arrojaron que asistir a ferias afecta el crecimiento de las exportaciones.

La falta de planificación de las siembras y cosechas de los productos, la adversidad del clima, la distancia de donde se trasladan a las ferias, el costo elevado de flete y pasaje, no contar con registro sanitario para los productos procesados, escaso conocimiento de la cultura del riesgo, son aspectos que no permiten la participación de los productores, a ello se le suma el desconocimiento y la falta de capacitación técnica y tecnológica, desconocimiento de los procesos del manejo productivo (Bazán y Muñoz, 2021).

Los productores tienen dificultades para permanecer en las ferias debido a que en ocasiones los espacios no son accesibles, ni transitables y muchas veces distantes, en ocasiones es insuficiente la promoción de la feria, es por ello la poca concurrencia del público consumidor. Cabe señalar que los productores no tienen permanencia en los eventos comerciales o ferias en razón de que no están debidamente organizados, ponderando su individualismo, antes que pensar en trabajar en comunidad y contrarrestar las grandes dificultades que se presentan lo que repercute de manera negativa en sus economías (Moscoso, 2021).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y Diseño de Investigación.

Para este proyecto de investigación, asumiremos un enfoque *cualitativo de tipo básica*, que es describir, comprender e interpretar fenómenos a través de las conductas observadas que se realizan a los participantes, son descripciones detalladas de situaciones, de eventos, este enfoque, busca la expansión de los datos. Tipo de investigación básica, permite nuevos conocimientos para futuras investigaciones. (Sampieri et al., 2010).

3.2. **Diseño de estudio. El estudio tiene un diseño fenomenológico y hermenéutico**; este diseño fenomenológico, está interesado en "captar la realidad social" que se estudia, es decir, desde la percepción (Monje, 2011), con un *diseño fenomenológico*, teniendo como objetivo principal el examinar, explicar y entender las experiencias de las personas sobre un fenómeno y descubrir los elementos comunes de estas experiencias, se obtiene de la perspectivas de los participantes, se basa en el estudio de la experiencia que se vivió, viendo el suceso desde la mirada del sujeto. Este enfoque implica el estudio de los aspectos más complejos de la vida humana que no pueden ser cuantificados. (Fuster, 2019). El ***pensamiento hermenéutico*** parte del supuesto de que los actores involucrados en una investigación, no son simplemente objetos de estudio como si fueran cosas, sino que también razonan, hablan y reflexionan. Este pensamiento ofrece sus posibilidades para la interpretación de textos en sentido específico, el estudio de la comprensión e interpretación en sentido general, lo cual se considera parte de la perspectiva cualitativa, ya que los principales conceptos de la investigación cualitativa en general incluyen todos los métodos no cuantitativos, (Quintana, Hermida. 2019), complementariamente, usando un *método inductivo* o empírico, consiste en expresiones generales a partir del conocimiento práctico, desde la exploración de un fenómeno y revisando de forma reiterada, fenómenos comparables; para fijarlos, por deducción normativa de alcance universal.

De modo que, sea posible afirmar que ambas modalidades metodológicas observan técnicas contrarias, donde el procedimiento empleado “va de lo de general a lo particular” (método deductivo), o de “lo particular a lo general” (método inductivo) (Lafuente C., & Egoscozábal, M. 2008).

### 3.3. **Categorías y matriz de categorización.**

Esta investigación cuenta con dos categorías: **ferias locales y productores agropecuarios**, los cuales se verán en el anexo N°1 Matriz de categorización, para esto definimos la **primera categoría**: Ferias locales, siendo estos, espacios cortos y temporales donde los productores exponen sus productos de la chacra a la olla, los mismos que son transformados por ellos mismos, para darle valor agregado a sus productos, de acuerdo a la (R.M.N°0650-2006-AG) y el libro del Instituto Andino de Artes Populares-Ecuador (1999), como Organizar una Feria Paso a Paso; entre las **Sub categorías, tenemos, planificación, organización, ejecución y post-feria**, las que definimos a continuación.

**La Planificación**, permite formar relaciones entre todas las estrategias implementadas y los todos los objetivos planteados para la organización de las ferias de productores agropecuarios.

**La Organización**, ayuda a proporcionar todos los recursos necesarios para que toda la organización se pueda desempeñar eficazmente.

**La Ejecución**, consiste en las coordinaciones del equipo técnico como del humano para realizar algunas actividades de un determinado evento para que se desarrollen de forma correcta.

**La Post feria**, son los resultados alcanzados por los organizadores en las ferias, incluyendo ventas y comercialización de los productos expuestos, así como contactos y las posibles ventas o exportaciones a futuro.

**En la Categorías 2**, tenemos a los **productores agropecuarios**, se entiende y/o se define a productores del segmento de la agricultura familiar, como aquellos individuos que tiene como actividad principal y medio de ingresos, la agricultura, actividad que incluye: preparación de terreno, siembran, labores culturales, cosechan, post cosecha y



movilización comercial de las cosechas que obtienen en el predio familiar que conducen, sea en una campaña agrícola agrande (agosto - julio) o en una campaña complementaria, también denominada campaña chica, la misma que tiene estas sub categorías: agricultor y consumidor, la que definimos como, **agricultor**, son pequeños productores agrícolas que practican una agricultura basada en el trabajo familiar y orientada sobre todo al autoconsumo, con pocos excedentes y así satisfacer otras necesidades, así también definimos la sub categoría **consumidor**, es una persona que de manera habitual, consume un producto, también se puede referir a aquellas personas que adquieren un servicio, bien o producto a un proveedor, a cambio de una transacción. Según Köksal et al., (2021), los consumidores, forman el grupo de personas más importantes a quienes tienen que satisfacer los productores, ya que ellos forman parte del éxito a largo plazo y el que la feria sea sostenible en el tiempo.

3.4 Escenario de estudio, se tuvo como escenario la ciudad de Lima como escenario principal, donde se implementan espacios abiertos de acceso a todo público, en la cual participan los productores agropecuarios y el público consumidor.

3.5. **Participantes**, están conformados por 10 personas que son profesionales encargados de organizar las feria y eventos de promoción comercial en Lima.

Tabla 1 Lista de participantes:

<b>Participantes</b>	<b>Descripción Profesional</b>	<b>Años de experiencia laboral</b>
Participante 1	Gerente de Ferias Agropecuarias	Más de 20 años
Participante 2	Organizador ferias	Más de 15 años
Participante 3	Gerente de Empresa Organizadoras de Ferias Agropecuarias	Más de 30 años
Participante 4	Organizador ferias	Más de 20 años
Participante 5	Organizador de feria	Más de 10 años
Participante 6	Organizador de feria	Más de 10 años
Participante 7	Organizador de ferias	Más de 10 años

Participante 8	Organizador de ferias	Más de 10 años
Participante 9	Organizador de ferias	Más de 10 años
Participante 10	Organizador de ferias	Más de 10 años

---

3.6. **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**, se realizarán a través de entrevistas, utilizando una guía de entrevista.

La técnica que se usó, fue la entrevista, según Tamayo y Tamayo (2008), es la relación que el investigador establece con sus sujetos ya sea individualmente o en grupo con el fin de obtener un testimonio oral; la misma que se hizo a través de la guía de entrevista.

El instrumento que se uso fue la guía de entrevista, la cual nos sirvió como instrumento técnico en la investigación cualitativa, fue de gran utilidad para recabar datos, de acuerdo con León (2008), una guía de entrevista es una herramienta que nos permite realizar un trabajo reflexivo para organizar temas que se puedan tratar en una entrevista, este no es un acuerdo estructurado de preguntas.

Según Sampieri (2006), las entrevistas indican que una persona calificada aplique el cuestionario a los sujetos participantes de la investigación, la cual realizará las preguntas a cada sujeto y anotará las respuestas brindadas, estas preguntas están relacionadas a un tema específico, la cual se dirigió a un grupo de personas encargadas de organizar feria y eventos de promoción comercial, con el objetivo de tener posiciones, opiniones y sobre todo conocer sus experiencias en la organización de las ferias de productores agropecuarios en Lima, en ese sentido, este instrumento se aplicó de forma virtualmente, por WhatsApp y correos electrónicos, por lo cual se pudo obtener las evidencias de las Guías de Entrevista resueltas.

3.7. **Procedimientos**, se buscó información a través del Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación, denominado ALICIA, del repositorio de la Universidad César Vallejo, que es un servicio digital que compila, salvaguarda y distribuye material digital y también de google académico, buscador que permite la ubicación de documentos académicos, se revisó libros virtuales, revista entre otros.

Se coordinó vía telefónica con los profesionales encargados de realizar y gestionar ferias o eventos de promoción comercial de empresas y de instituciones públicas quienes son los expertos en organizar ferias agropecuarias en Lima y provincia, para estas entrevistas se usaran algunos criterios para validar la participación de los entrevistados quienes firmaron un consentimiento informado, a través del cual se les solicitó el permiso respectivo y se les aplicó una entrevista a través de una guía de entrevista y se obtuvo la información necesaria para este trabajo de investigación.

- 3.8. Rigor científico, el criterio de rigor científico en la investigación cualitativa, es un concepto interdisciplinario en el diseño de proyectos de investigación que evalúa el rigor y la aplicación científica de métodos de investigación y métodos analíticos para la adquisición y procesamiento de datos, Johnson et al., (2020), señala que, para desarrollar un marco conceptual sólido, facilita la selección de métodos de investigación apropiados para minimizar los sesgos asociados con la investigación cualitativa y ayuda a los lectores a confiar en el estudio y en el investigador. No obstante, los investigadores pueden ejercer una gran flexibilidad en la elección de los métodos de investigación, el incremento de las excelentes prácticas en el diseño de la investigación, es fundamental para garantizar la exactitud y la fiabilidad de los resultados.

La Audibilidad, el segundo elemento del rigor metodológico, llamada por algunos autores confirmabilidad, esto significa que el estudio se puede volver a realizar con el mismo método sin cambiar los resultados, es decir, para medir la repetibilidad de los resultados del estudio.

La credibilidad, se logra cuando los involucrados en la investigación y quienes han experimentado el fenómeno en estudio reconocen los resultados de la investigación como "verdaderos" o "auténticos", lo cual se basa en las habilidades, competencia y rigor de quienes realizaron el trabajo de campo. Otro factor importante en el tema de la validez es la capacidad del investigador para explicar el fenómeno objeto de estudio, donde la autenticidad de los resultados globales obtenidos en el trabajo de investigación se logra con técnicas hermenéuticas.

La transferibilidad o aplicabilidad se refiere a la capacidad de comunicar los resultados de la investigación a otros. En la investigación cualitativa, la audiencia o los lectores del informe deciden si refieren los resultados a otro estudio.

Para ello, es importante describir el lugar y el comportamiento de las personas donde se estudia este fenómeno. Así, el grado de portabilidad es una función de la similitud directa entre los contextos.

### 3.9. Métodos de análisis de datos, categorías apriorísticas.

Esta investigación se realizó siguiendo estos pasos: a) Recopilación de la información a través de los repositorios, b) Información de la guía de entrevista, c) Análisis de la información recolectada, d) Análisis de los resultados señalados con las convergencias y divergencias de las respuestas obtenidas en el análisis de las respuestas obtenidas de los entrevistados a través de la guía de entrevista, e) Triangulación de la información comparado con alcances normativos, teóricos y la posición de la investigadora; además se realizará revisión de literatura referente al tema y se analizará experiencias de otras realidades.

Las categorías, son una forma de categorizar cierta información según la importancia de un tema y son explicaciones abreviadas de ideas, conceptos o citas.

Asumimos que las categorías representan agrupaciones de códigos, los que producen fenómenos más abstractos relacionados con una clase de código, permitiendo establecer relaciones que encuadren la idea en su totalidad. (Ramírez, A et al., 2020).

3.10. **Aspectos éticos**, desde un punto de vista ético, en esta investigación se respetó a los sujetos de estudio a través del consentimiento informado, así como también la corrección y precisión de los resultados obtenidos, se respetará la confiabilidad de los datos previamente recolectados y mantendrá la identidad de todos los usuarios que participarán en este estudio.

Cabe señalar que se tomó en cuenta lo indicado en el Manual del American Psychological Association – APA, se respetó la probidad de la autoría, se tomó en consideración el software turnitin para que los resultados tengan la similitud permitida.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente investigación titulada “Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima, 2022” tuvo como objetivo general: Analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022, cuyo enfoque de estudio corresponde al cualitativo, tipo de investigación básica y diseño de investigación fenomenológico.

En cuanto al **primer resultado**, de acuerdo al **objetivo N°1 : Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios**, conforme a la revisión normativa, alcances de la entrevista realizada a los participantes y la posición del investigador, se pudo concluir que es evidente en la realidad el poco avance de la implementación de una Política Pública, como eje central de la gestión para el apoyo al desarrollo de las ferias agropecuarias como una herramienta de producción que genera un valor agregado al producto final, por su parte, las políticas decretadas por el gobierno Central, son deficientes, no existe un marco normativo asertivo que permita el soporte legal, así como la identificación presupuestal para la implementación progresiva para el desarrollo y organización de ferias para la participación de los productores. En tal sentido, dicho resultado el cual ha sido obtenido a través del uso de la triangulación de información, implica afirmar la deficiente gestión en la base normativa de las ferias locales lo que afecta ciertamente a los productores quienes pretenden a través de las mismas promocionarse y con ello, impulsar las ventas de sus productos y posicionarse en un espacio determinado, para los expositores, es importante contar con estos espacios donde tiene la oportunidad de probar o lanzar productos, investigar el mercado, visitara a sus clientes, encontrar distribuidores y vender. Las ferias son las herramientas más importantes y al mismo tiempo una de las más eficaces de hacer publicidad, marketing y comunicación, son el punto de encuentro de la oferta y la demanda que facilitan los negocios a los productores. Es importante tener un marco legal o un reglamento que permita precisar los pasos o procesos para realizar las ferias de productores, porque estas son de gran importancia para el público consumidor, ya que en un mismo lugar pueden encontrar productos de la

biodiversidad y para los productores porque pueden expender sus productos de la agricultura familiar, mostrando la biodiversidad que se tiene en el país. Este resultado se compara con el estudio de Alava y otros (2019), en donde expone que el hecho de que el mercado local sea conocido como una especie de circuito corto que acerca a productores y consumidores con una influencia significativa entre sus actores, se hace necesario gestionar y formalizar los mercados locales, políticas de mercado, aumentar la conciencia de los consumidores, promover la mejora de los mecanismos de producción y los diversos atributos de los productos agroecológicos. Por otro lado, los consumidores aprecian y pagan por los productos orgánicos y desde una perspectiva de seguridad alimentaria, se espera que esto contribuya a agendas de producción y consumo más sostenibles. Asimismo, por su parte Taylor (1994) refiere que la gestión es saber lo que se quiere hacer y hacerlo de la mejor manera y de manera eficiente, ello haciendo alusión en la conceptualización de la gestión de ferias para la participación de los productores.

En cuanto al **segundo resultado**, de acuerdo al **objetivo N°2: Describir los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios**, conforme a la revisión normativa, alcances doctrinarios, alcances de la entrevista realizada a los participantes y la posición del investigador, se pudo concluir que el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios es fundamental para poder promocionar sus productos, lo que permite la venta comercial de los productos agropecuarios originales, el acercamiento directo de la población con el productor agropecuarios, la mejora de los ingresos económicos por núcleo familiar que permita la sostenibilidad en el tiempo de la actividad agropecuaria en expansión progresiva. En tal sentido, dicho resultado el cual ha sido obtenido a través del uso de la triangulación de información, lo que implica conocer el rol de nuestro objeto de estudio, el cual evidencia la importancia de las ferias agropecuarias en el crecimiento económico del país, del cual se beneficia tanto el productor como el consumidor, mejorando los ingresos del productor y mejorando el consumo de productos al ser estos de calidad, el público consumidor puede obtener en un mismo lugar, productos ricos, frescos, nutritivos y con la garantía de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), las que se realizan en el ciclo de producción y



procesamiento y es así que se asegura la calidad e inocuidad del producto y por ende la protección de la salud del ser humano y la protección del ambiente. Para los consumidores es importante tener en su mesa productos de la biodiversidad, ya que en los mercados tradicionales no es posible encontrar todo lo que se puede expender en las ferias agropecuarias, ya que el productor trae productos saludables de sus chacras para dar a conocer las bondades y propiedades de los mismos a sus clientes, enseñándoles la preparación, siendo estos saludables. Este resultado se compara con el estudio de Guevara, Arciniegas y Guerrero (2017), quienes refieren que en los últimos años se han consolidado en diferentes lugares de la nación un sinnúmero de ferias agroecológicas, ferias solidarias o locales que promueven el empoderamiento de los agricultores de su propia producción y el contacto de manera directa con el consumidor, promoviendo una economía solidaria. Asimismo, por su parte Sandoval (2010) refiere que el rol de las ferias locales, es importante ya que brindan un espacio al productor para la comercialización directa de sus productos frescos de calidad que provienen desde sus chacras, con el debido manejo de buenas prácticas agrícolas, asimismo, estas ferias tienen como objetivo brindarle la oportunidad al productor para que exhiban la biodiversidad de los productos peruanos, también hacen posible que productores agropecuarios y consumidores se encuentren en un mismo lugar, lo que permite agilizar los tiempos, para establecer contactos y celebrar futuros negocios.

En cuanto al **tercer resultado**, de acuerdo al **objetivo N°3: Identifica los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales**, conforme a la revisión normativa, alcances de la entrevista realizada a los participantes y la posición del investigador, se pudo concluir que los consumidores obtienen beneficios en las ferias locales, ya que pueden obtener productos frescos y de buena calidad en todo sentido, y sobre todo acceder a los mismos a un excelente precio, lo que se ajusta a las demandas de la sociedad. En tal sentido, dicho resultado el cual ha sido obtenido a través del uso de la triangulación de información, lo que implica resaltar los beneficios que se generan a través de la realización de ferias locales por parte de los productores a favor de los consumidores quienes pueden acceder a productos frescos y de buena calidad a un precio accesible.

Los productores disfrutan mucho de los espacios que se les brinda, ya que pueden tener contacto con muchos clientes, no solo los que compran, sino los que venden, ya que en estos espacios también asisten vendedores de bien y servicios y buscan a los productores para ofrecerles sus servicios y productos para mejorar, etiquetas, empaques, envases, entre otros y muchas veces capacitarlos en marketing, en ventas en atención al cliente, los productores disfrutan de su estadía en las ferias agropecuarias porque no solo venden, sino transmiten sus conocimientos, su cultura, sus sabidurías y hasta sus recetas a todo público que asiste, es importante porque aprenden entre ellos, observan y a otros productores y ven las oportunidades que pueden obtener y aplicar en sus productos, en mejorar sus presentaciones y cambiar lo que sea necesario para tener mejor presentación, mejor producto, otra oportunidad que tiene es contacto directo con el consumidor y posterior mandarle productos por delivery a sus domicilios. Realmente el productor aprovecha al máximo los días en las ferias. Este resultado se compara con el estudio de Danaides y Wesz (2020) quienes señalan que, las ferias son fundamentales para generar ingresos a las familias productoras y dar a conocer el mercado local. Los clientes que, con los consumidores, acuden a la feria porque pueden encontrar productos frescos y únicos y a precios accesibles, mientras construyen una buena relación con el productor, se puede decir que esa feria municipal es una forma de incursionar en el mercado, beneficiando a productores y consumidores, resultando en un proceso de desarrollo más inclusivo y contribuyendo a la alimentación saludable de la sociedad. Asimismo, por su parte Kina et al. (2018), refiere que entre los beneficios que obtienen los consumidores en las ferias agropecuarias, es el comprar productos frescos y de calidad, provenientes de la chacra a un precio justo; productos sometidos a manejo de calidad como las buenas prácticas agrícola, de manufactura; acceder a productos de la biodiversidad del que disponemos; consumir productos de la estación y conocer las bondades nutraceuticas y culinarias. Para ello resulta necesario contar con información detallada e identificaría de cómo usar los productos para beneficio del consumidor.

En cuanto al **cuarto resultado**, de acuerdo al **objetivo N°4: Identificar los factores que impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales**, conforme a la revisión normativa, alcances de la entrevista realizada a los participantes y la posición del investigador, se pudo concluir que es importante reconocer que el sector agrario aporta al crecimiento económico, a la seguridad alimentaria y a la disminución de la pobreza rural en el Perú. Es por que el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego-MIDAGRI, en atención a sus facultades y competencias, pone a disposición la Política Nacional Agraria 2021-2030, que identifica como problema principal el bajo nivel del desarrollo competitivo agrario que existe en el país. En tal sentido, dicho resultado el cual ha sido obtenido a través del uso de la triangulación de información, lo que implica resaltar los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales, lo que se encuentra ligado a un reconocimiento especial por parte del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego-MIDAGRI, quien se encarga de establecer políticas que coadyuven a la gestión de las ferias locales, más allá de la promoción de sus productos, es que los productores cuenten con respaldo normativo en su labor. Otro punto importante que se ha visto es que el productor no tiene acceso a las comunicaciones de las fechas de cuando se realizaran las ferias agropecuarias, no tiene acceso a un cronograma de ferias, ya que estando en zonas rurales, teniendo en cuenta la distancia donde no tiene acceso a internet, a los medios de comunicación, estando en sus chacras, alejadas en zonas sin cobertura a internet o redes sociales, muchas veces no se enteran, lo que muchas veces les dificultaba la participación en las ferias agropecuarias; otra dificultad es el costo del flete, ya que demasiado caro, otro impedimento que nos les permite asistir a las ferias agropecuarias para su participación; otro impedimento es que las ferias agropecuarias se realizan en temporadas que no hay producción de un determinado producto, lo que nos les permite venir a participar, otra dificultad es que la fecha de la realización de una feria agropecuarias se programa con poquito tiempo, el productor no se organizó y no tiene preparado productos para exponer y ofrecer al público consumidor, lo que les limita su participación en las ferias agropecuarias. Este resultado se compara con el estudio de Feito (2020), quien refiere que las ferias al ser canales de comercialización proveen de diversos productos y servicios bajo la división de sectores a favor de la sociedad, resaltando que ello contribuye a desarrollo rural

a nivel local, así como generando efectos positivos sobre la economía nacional, por cuanto permite a la población como consumidores generales acceder a los alimentos del mercado interno, lo que provoca que las autoridades establezcan acciones de gestión a favor de los productores para que sean reconocidos en su labor, facilitando su incursión de diferentes mercados, y un respaldo para la venta de sus productos, de manera que ello lo incentive para seguir creciendo. Asimismo, por su parte Quiroga y Fink (2017), menciona que, para la participación de los productores agropecuarios, se tienen tipos de ferias, incluyen la ganadería, la pesca y de productos forestales, donde la FAI reúne a los agricultores involucrados en un solo lugar durante uno o varios días, para exponer sus productos.

## V. CONCLUSIONES

**Primera.** Se concluye que, la implementación de una Política Pública, como eje central de la gestión para el apoyo al desarrollo de las ferias agropecuarias, es mínimo, asimismo, no existe un marco normativo que permita el soporte legal, así como la identificación de presupuesto para la implementación progresiva de las ferias de productores agropecuarios que les permitiría participar y expender sus productos.

**Segunda.** Se concluye que el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios es fundamental para promocionar sus productos, lo que les permite la venta directa de los productos agropecuarios, el acercamiento directo de la población con el productor agropecuarios, la mejora de los ingresos económicos por núcleo familiar que permita la sostenibilidad en el tiempo de la actividad agropecuaria en expansión progresiva, teniendo acceso de participar en las ferias locales y mostrar la oferta que tienen en sus chacras en el marco de la agricultura familiar, que les permitirá dar a conocer las bondades y propiedades de la biodiversidad que tiene el país.

**Tercera.** Se concluye que los consumidores obtienen beneficios en las ferias locales, ya que pueden obtener productos frescos y de buena calidad en todo sentido, y sobre todo acceder a los mismos a un excelente precio, lo que se ajusta a las demandas de la sociedad, este permite al productor expender sus productos de sus parcelas y demostrar productos que muchas veces no se tienen al alcance del público porque no los encontramos en los mercados tradicionales, es difícil el acceso para su comercialización.

**Cuarta.** Se concluye que es importante reconocer que el sector agrario aporta al crecimiento económico, a la seguridad alimentaria y a la disminución de la pobreza rural en el Perú. Es por que el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego-MIDAGRI, en atención a sus facultades y competencias, pone a disposición la Política Nacional Agraria 2021-2030, que identifica como

problema principal el bajo nivel del desarrollo competitivo agrario que existe en el país y el poco apoyo al productor para asistir a las ferias agropecuarias dando oportunidad al productor agropecuario a la venta de sus productos y tener el abastecimiento de alimentos, asegurando productos de calidad y los beneficios que obtendría el productor agropecuario en las ferias locales, el mismo que podrá ser establecido en las políticas del sector agrario que coadyuven a la gestión de las ferias locales.

## VI. RECOMENDACIONES

**Primera.** Se recomienda a los funcionarios del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, la implementación de una Política Pública, que ayude a la gestión de las ferias locales y esta política pública debe contar con un presupuesto para su implementación, lo cual permitiría realizar las gestiones presupuestales para el desarrollo de las ferias locales, como una herramienta de producción que generaría un valor agregado al productor agropecuario, a través de una directiva nacional de los procedimientos para realizar ferias agropecuarias.

**Segunda.** Se recomienda a los funcionarios del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, realizar un cronograma de ferias agropecuarias a nivel nacional para implementarla de forma continua y dar mayor oportunidad a los productores agropecuarios para acceder a la participación de las ferias.

**Tercera.** Se recomienda a los funcionarios del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego gestionar un espacio adecuado y sostenible para el desarrollo de las ferias y exposición de productos saludables y biodiversos para el alcance del público consumidor.

**Cuarta.** Se recomienda a los funcionarios del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego gestionar el apoyo al productor agropecuario para la comercialización de sus productos en los diferentes eventos de promoción comercial que se desarrollan en la ciudad de Lima, gestionar el apoyo a los productores a través de los gobiernos regionales y locales para el traslado de sus productos a las ferias agropecuarias.

## REFERENCIAS

- Abdullah Ummulkulthoum & Yin Jianhua. " The Challenges Facing Small and Medium Enterprises (SMEs) Participating in Trade Fair: A Case of Dar es salaam International Trade Fair (DITF) in Tanzania " International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR), vol 5, N°12, 2017, pp. 26-34. <https://www.arcjournals.org/pdfs/ijmsr/v5-i12/4.pdf>.
- Alava, G., Peralta, X., Pino (2019). *Análisis de la aplicación de principios arqueológicos en la provincia de Azuay, Ecuador*. <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/download/3972/3408/>.
- Alternativas de desarrollo comunitario y ferias solidarias en Imbabura Revista Publicando, 4 No 11. (2). 2017, 545-569. ISSN 1390-9304 <https://core.ac.uk/download/pdf/236644321.pdf>
- American Journal of Pharmaceutical Education. Enero de 2020, 84 (1) 7120; DOI: <https://doi.org/10.5688/ajpe7120>
- Análisis del nivel de participación de los productores agropecuarios en el desarrollo de la parroquia Cuchil, cantón Sígsig en el año 2020. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20489>
- Andrade, C. (2018). *Importancia de las estrategias de promoción de Promperú que promueven a las MYPES exportadoras del distrito de Puente Piedra*. Lima.
- Aproximación de un Modelo de Gestión para las Ferias de la Agricultura Familiar artículo Salao Do Conhecimento, Yasinski S. et al (2018). [file:///C:/Users/Vero/Downloads/9532-Texto%20do%20artigo-39255-1-10-20180919%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Vero/Downloads/9532-Texto%20do%20artigo-39255-1-10-20180919%20(1).pdf)
- Aprueban la "Guía General para la realización de Ferias Comerciales"  
Asociación de Organizaciones Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB), 2017. <https://www.bivica.org/files/agricultura-ecologica.pdf>



- Bazán et al., (2021). Factores que impiden la implementación de las buenas prácticas agrícolas a los productores de palta del valle Virú-Chao, para su desarrollo agroexportador, Trujillo, 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/28023>
- Bilal et al., (2019) Indian consumers' attitudes towards purchasing organically produced foods: An empirical study, Journal of Cleaner Production, Volumen 215, (2019), Pages 99 – 111.  
(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095965261833806X>)
- Carrillo, G.; Gómez, O. y Vargas, E. (2007). La Meta síntesis: una Metodología de Investigación. Revista salud pública, 9 (4), 609-617.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/rsap/v9n4/v9n4a14.pdf>.
- Castillo, A., Echevarría, C. (2019) Las Ferias Saludables de la Lima Moderna: Un estudio Acerca de las Motivaciones de los Productores para Adquirir la Certificación Orgánica.
- Cheng, G., Lacroix, P. (2014) Hacia nuevas relaciones campo-ciudad. (2014).  
[https://www.avsf.org/public/posts/1663/libro\\_regional\\_andino\\_ferias\\_mercados\\_productores\\_avsf\\_cepes\\_2014.pdf](https://www.avsf.org/public/posts/1663/libro_regional_andino_ferias_mercados_productores_avsf_cepes_2014.pdf)
- Compilado por Quiroga G and Flink I. 2017. Algunos lineamientos para la organización de una Feria de Agricultores Innovadores. Amsterdam: Secretariado Internacional de ProInnova / Instituto Real del Trópico (Kit).  
Contenidos mínimos del Programa Presupuestal, Mejora de la Articulación de los Pequeños Agricultores Agropecuarios a los Mercados.  
<https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/programas-presupuestales/pp0121/pp0121-anexo2-2019.pdf>
- Cordero, C. (2017). Ferias Internacionales patrocinadas por PROECUADOR y la percepción de las empresas participantes.  
<https://comunidades.cepal.org/redlas/sites/redlas/files/2020-10/Sesi%C3%83%C2%B3n%20VII%20-%20Sebastian%20Cordero%20-%20paper.pdf>
- Danaides, F., Wesz, V. (2020) Agricultura familiar campesina y cadenas cortas agroalimentarias: la Feria Municipal de Yuty – Caazapá (Paraguay).  
<https://doi.org/10.20435/inter.v21i4.2815>
- Darío, R. M. (2011). Gestión organizacional: Elementos para su estudio (5th ed.). Ediciones UC. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt15hvsxn>.

- Decreto de Alcaldía de Lima Metropolitana N°30 (15 noviembre 2021).  
<https://www.gob.pe/institucion/munilima/normas-legales/tipos/96-decreto-de-alcaldia>
- Decreto Ley N°653, Ley de Promoción de las Inversiones en el Sector Agrario.  
[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/E111771A972ED52405257B7A004B7EEB/\\$FILE/653.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/E111771A972ED52405257B7A004B7EEB/$FILE/653.pdf)
- Decreto Supremo N°007-2019-MINAGRI aprueba el Plan Nacional de Agricultura Familiar 2019 – 2021.  
<https://www.gob.pe/institucion/minagri/normas-legales/357293-007-2019-minagri>
- Decreto Supremo N°009-2015 MINAGRI. Estrategia Agricultura Familiar.  
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-la-estrategia-nacional-de-agricu-decreto-supremo-n-009-2015-minagri-1253789-2/>
- Decreto Supremo N°017-2021-MIDAGRI. Aprueba la Política Nacional Agraria 2021 – 2030.  
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-la-politica-nacional-agraria-202-decreto-supremo-no-017-2021-midagri-1975873-14/>
- Dejgård et al., (2019). Heterogeneity in consumers' perceptions and demand for local (organic) food products, Food Quality and Preference, Volume 73, 2019, Pages 255-265.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329318305214>)
- Dorcas, A (2019) Cultura Empresarial en la Asociación de Productores Agropecuarios de Huallquin Grande, Distrito de Huaricolca, Provincia de Tarma, 2019. [https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/7097/T01\\_0\\_76250806\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/7097/T01_0_76250806_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Elías, et al., (2014). Del Productor al Consumidor: Una Alternativa Comercial para la Agricultura Familiar.  
[https://www.avsf.org/public/posts/1706/del\\_productor\\_al\\_consumidor\\_bolivia\\_avsf\\_2014.pdf](https://www.avsf.org/public/posts/1706/del_productor_al_consumidor_bolivia_avsf_2014.pdf)
- Fabian, I. (2020) Promoción internacional y exportación de fibra de alpaca hacia China de la empresa COOPECAN-PERÚ, Lima – 2020.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/92993>.

- FAO y IFAD. 2019. Decenio de las Naciones Unidas para la agricultura familiar 2019-2028. Plan de Acción Mundial. Roma. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.
- Feito, M. (2020) Comercialización de la agricultura familiar para el desarrollo rural: feria de la Universidad Nacional de La Matanza-Argentina. <https://www.scielo.br/j/resr/a/PZrXsYpmpdLKkj4QmKMxcvN/?lang=es&format=pdf>.
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. Doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Gopalakrishna et al., (2022). "Chapter 14: Trade shows in the business marketing communications mix". In *Handbook of Business-to-Business Marketing*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. Retrieved Jan 8, 2023 <https://www.elgaronline.com/view/book/9781800376878/book-part-9781800376878-23.xml>
- Guevara, S., Arciniegas, M., y Guerrero, W. (2017). Alternativas de desarrollo comunitario y ferias solidarias en Imbabura. *Revista Publicando*. 4, 11 (2) (jul. 2017), 545-569  
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/596>  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52854.pdf>  
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-la-guia-general-para-la-realizacion-de-ferias-come-decreto-de-alcaldia-no-030-2011481-1/>  
[https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.13574/ev.13574.pdf](https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13574/ev.13574.pdf)  
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/882/Valderrama-Perez-Lucio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626347>  
<https://undocs.org/es/A/RES/72/239>  
<https://www.ajpe.org/keyword/qualitative-research-design>  
<https://www.fao.org/family-farming-decade/home/es/>  
<https://www.kit.nl/wp-content/uploads/2019/10/lineamientos-para-organizar-una-feria-de-agricultores-innovadores-Prolinnova-KIT>  
<https://www.redalyc.org/journal/4835/483568603007/html/>

- Instituto Andino de Artes Populares del Convenio Andrés Bello (1999). Cómo organizar una feria paso a paso. Quito, Ecuador.  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53548.pdf>
- IPANC - Instituto Iberoamericano de Patrimonio Cultural y Natural (2010). Información y guías para la participación en eventos feriales nacionales e internacionales. Quito, Ecuador: Instituto Iberoamericano de Patrimonio Natural y Cultural.
- Jaramillo, M. (2010). *Ecuador comercio exterior*.  
<https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/publicaciones/UV-51.pdf>.
- Jurado. E. (2019) Ferias populares urbanas en la ciudad de Mendoza: territorialidades y espacio público.
- Kina et al., (2018) Diseño de packaging y comunicación visual como solución para la promoción de las bondades de la quinua Fortigrano hacia los usuarios de la feria de productos orgánicos Mercado Saludable La Molina  
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/18168>
- Kirchgeorg et al., (2010), "Objectives for successfully participating in trade shows", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 25 No. 1, pp. 63-72. <https://doi.org/10.1108/08858621011009164>
- Köksal et al., (2021). A Research on Producer Reasons for Participation into Agricultural Fairs. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 9(12), 2312-2318.  
<https://doi.org/10.24925/turjaf.v9i12.2312-2318.4757>
- Kumar et al., (2021). What drives brand love and purchase intentions toward the local food distribution system? A study of social media-based REKO (fair consumption) groups, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 60.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698921000102>
- Lafuente C., & Egoscozabal, M. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (64),5-18. ISSN: 0120-8160.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>

- Ley de Promoción y Desarrollo de la Agricultura Familiar N°30355 (octubre 2015). <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-de-promocion-y-desarrollo-de-la-agricultura-familiar-ley-n-30355-1307649-2/>
- Mancini et al., (2019). Producers' and Consumers' Perception of the Sustainability of Short Food Supply Chains: The Case of Parmigiano Reggiano PDO. *Sustainability* 2019, 11, 721.  
<https://doi.org/10.3390/su11030721>
- Mejora de la Articulación de los Pequeños Agricultores Agropecuarios a los Mercados.  
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/informes-publicaciones/1966186-mejora-de-la-articulacion-de-los-pequenos-productores-agropecuarios-a-los-mercados>
- MINAGRI. (2016). Ferias. Reglamento y guía para la Organización en Ferias Agropecuarias en el ámbito de acción de AGRORURAL.  
[https://issuu.com/serviagro/docs/guia\\_ferias\\_midis\\_2016\\_con\\_nuevas\\_p](https://issuu.com/serviagro/docs/guia_ferias_midis_2016_con_nuevas_p)
- Monje C., (2011). *Guía didáctica -Metodología de la Investigación*  
<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>.
- Moscoso, M. (2021). *Análisis del nivel de participación de los productores agropecuarios en el desarrollo de la parroquia Cuchil, cantón Sígsig- año 2020*.  
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/20489>
- Organización de una feria: claves a considerar para lograr su éxito (2019)  
<https://empirance.com/organizacion-de-una-feria-claves-para-lograr-su-exito/>
- Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2019-2030 (Aprobado por Decreto Supremo N°237-2019-EF.)  
<https://www.cnc.gob.pe/plan-de-competitividad/plan-de-competitividad#:~:text=El%20Plan%20Nacional%20de%20Competitividad,bienestar%20de%20todos%20los%20peruanos.>
- Quintana, Hermida. (2019). La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica. *Perspectivas en Psicología: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, vol. 16, núm. 2, pp. 73-80, 2019.

- Ramírez et al., (2020). Revista ESPACIOS. El Sistema de Categorías como herramienta para comprender las Historias de Vida de los menores extranjeros no acompañados. ISSN: 0798-1015 - Vol. 41 (41) 2020•Art.12.  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n41/a20v41n41p12.pdf>
- Resolución 72/239 declara el período 2019 - 2028 como el Decenio de las Naciones Unidas para la Agricultura Familiar (UNDF).  
<https://undocs.org/es/A/RES/72/239>
- Resolución Ministerial N°650-2006-AG.  
<http://www.transparencia.munlima.gob.pe/images/descargas/gobierno-abierto/transparencia/mml/planeamiento-y-organizacion/normas-legales-tupa/13-Programa-de-Gobierno-Regional-de-Lima-Metropolitana/PROMOCION%20AGROPECUARIA/4.%20R.M.%20N%200650-2006-AG.pdf>
- Resolución Secretaria General N°130-2022-MIDARI-SG aprueban POI 2022-MIDAGRI. <https://www.midagri.gob.pe/portal/images/pcm/2022/rsg130-2022-midagri-sg.pdf>
- Rodríguez, D. (2011). *Gestión Organizacional*. Santiago de Chile, Chile. Ediciones UC.
- Rondot, P. y Collion, MH (2001). *Agricultural producer organizations : their contribution to rural capacity building and poverty reduction (English)*. Proceedings Washington, D.C.: World Bank Grup.  
<https://agritrop.cirad.fr/507568/>  
<http://documents.worldbank.org/curated/en/111471468740104722/Agricultural-producer-organizations-their-contribution-to-rural-capacity-building-and-poverty-reduction>
- Romain, V. (2017). Orientaciones para la construcción de programas de fortalecimiento de capacidades de organizaciones de productores.  
[https://www.avsf.org/public/posts/2224/guia\\_orientaciones\\_op\\_fortalecimiento\\_avsf\\_v2\\_2018.pdf](https://www.avsf.org/public/posts/2224/guia_orientaciones_op_fortalecimiento_avsf_v2_2018.pdf)
- Sampieri et al., (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª ed.). Editorial McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México  
[https://www.academia.edu/28090887/Sampieri\\_et\\_al\\_Metodolog%C3%A1a\\_de\\_la\\_Investigaci%C3%B3n\\_Cap%C3%ADtulo\\_1\\_?from=cover\\_page](https://www.academia.edu/28090887/Sampieri_et_al_Metodolog%C3%A1a_de_la_Investigaci%C3%B3n_Cap%C3%ADtulo_1_?from=cover_page)

- Sandoval, P. 2010 Ediciones La Tierra La Isla N27-96 y Cuba • (593 2) 256 6036  
edicioneslatierra@andinanet.net-Quito-Ecuador  
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52854.pdf>
- Sigrid Denver, Jørgen Dejgaard Jensen, Consumer preferences for organically and locally produced apples, *Food Quality and Preference*, Volume 31, 2014, Pages 129-134.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329313001468>
- Taylor, F. (1994). *Principios de la administración científica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Jessica et al., (2020). Universidad Nacional de Mar del Plata.  
Una revisión de los indicadores de calidad de rigor en la investigación cualitativa.
- Valderrama, L. (2017) Relación entre la Participación en Ferias Comerciales, y el Desempeño de las Empresas Asociadas en Pro Olivo 2016 – 2017.
- Vega, S. (2017). *Las Mypes Exportadoras Textiles*, San Juan de Lurigancho.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/38174>.
- Vitali et al., (2022), "Trade show visitors and key technological trends: from a literature review to a conceptual framework", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 37 No. 13, pp. 142-166.  
<https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2021-0461>

## **ANEXOS**



**Anexo: 1**

**Matriz de categorización**

**Título de la tesis: Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima, 2022**

PROBLEMA	OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS	PREGUNTAS ORIENTADORAS	CÓDIGO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
<p><b>Problema general:</b> ¿Cómo se realiza la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022?</p> <p><b>Problemas específicos</b> ¿Qué rol cumplen las ferias locales de productores agropecuarios?</p> <p>¿Cuáles son los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios?</p> <p>¿Cuáles son los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales?</p> <p>¿Qué factores impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> ¿Cómo se realiza la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022?</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios.  Describir los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios.  Identifica los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales.  Identificar los factores que impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales.</p>	<b>Ferias locales</b>	<b>Planificación</b>	¿Cuál es el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias?	E1	<b>Técnica 1:</b> Entrevista a los organizadores de ferias agropecuarias	
			<b>Organización</b>	¿Las ferias locales de productores agropecuarios cumplen un rol importante?	E2		
			<b>Ejecución</b>	¿Los consumidores obtiene beneficios en las ferias locales de productores agropecuarios?	E3		<b>Instrumento 1:</b> Guía de entrevista
			<b>Post feria</b>	¿Los productores agropecuarios, obtienen algún beneficio participando en las ferias locales?	E4		
				¿Qué factores impiden que los productores agropecuarios participen en las ferias locales?	E5		
		<b>Productores Agropecuarios</b>	<b>Agricultor</b>	¿Cómo se desarrollan las ferias locales de productores agropecuarios?	E6		
			<b>Consumidor</b>	¿Las ferias agropecuarias organizadas cumplen con los elementos de factibilidad para su realización?	E7		
				¿Mencione los pasos para la gestión post feria de productores agropecuarios?	E8		
				¿Es importante la participación de los productores en una feria agropecuaria?	E9		
				¿Qué lo motiva organizar ferias agropecuarias?	E10		

## **Anexo: 2**

### **GUÍA DE ENTREVISTA**

Título de la investigación: **“Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022”**

Entrevistado (a) :  
Cargo :  
Fecha : / / 2022

#### **PREGUNTAS:**

**OBJETIVO GENERAL:** Analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022.

1. Según su criterio ¿Cuál es el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias? Explique su respuesta.
- 

**OBJETIVO ESPECIFICO 1:** Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios.

2. Según su criterio ¿Las ferias locales de productores agropecuarios cumplen un rol importante? Explique su respuesta.
- 

**OBJETIVO ESPECIFICO 2:** Describir los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios.

3. Según su criterio ¿Los consumidores obtiene beneficios en las ferias locales de productores agropecuarios?
- 

**OBJETIVO ESPECIFICO 3:** Identifica los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales.

4. Según su criterio ¿Los productores agropecuarios, obtienen algún beneficio participando en las ferias locales?
- 

**OBJETIVO ESPECIFICO 4:** Identificar los factores que impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales.

5. Según su criterio ¿Qué factores impiden que los productores agropecuarios participen en las ferias locales?
-

6. Según su criterio ¿Cómo se desarrollan las ferias locales de productores agropecuarios? Explique su respuesta.

---

7. Según su criterio ¿Las ferias agropecuarias organizadas cumplen con los elementos de factibilidad para su realización? Explique su respuesta

---

8. Según su criterio ¿Mencione los pasos para la gestión post feria de productores agropecuarios?

---

9. Según su criterio. ¿Es importante la participación de los productores en una feria agropecuaria? Explique su respuesta.

---

10. Según su criterio. ¿Qué lo motiva organizar ferias agropecuarias? Explique su respuesta.

---

**Anexo:3**

**Triangulación de la información según los alcances**

<i>Gestión de las ferias locales para la participación de productores agropecuarios Lima, 2022</i>					
<b>OBJETIVOS</b>	<b>ALCANCES NORMATIVO</b>	<b>ALCANCES TEORICOS</b>	<b>ALCANCES DE POSICION DEL INVESTIGADORA</b>	<b>ALCANCES DE LA ENTREVISTA COLORARIOS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>
<p><b>Objetivo 1:</b>  <b>Analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.</b></p>	<p>Resolución Ministerial N°650-2006-AG                      Decreto Ley N°653, Ley de Promoción de las Inversiones en el Sector Agrario.</p>	<p>El estudio de Glave y Fort (citado por Escobal, 2015) sobre organizaciones económicas campesinas encontraron que para comercializar con éxito sus productos y mantener la participación de sus asociados, las organizaciones deben ser capaces de negociar mejores precios que aquellos que ofrecen los mercados locales. Por ello, la gestión del negocio mediante la contratación de especialistas en manejo comercial es un aspecto clave para el éxito. Otro factor importante es el acceso a información, sobre todo de mercados internacionales, y su flujo hacia los productores. Por último, el acceso a recursos financieros para capital de trabajo y bienes es un factor fundamental para que las organizaciones se sostengan como tales y se desarrollen de manera autónoma, sin depender de fondos del Estado ni de la cooperación internacional.</p>	<p>Es importante señalar que la gestión de las ferias agropecuarias, toma sentido cuando se tiene una planificación con tiempo de las ferias que se quieren realizar, para obtener una oferta acorde a la estacionalidad y ofrecer productos frescos, a buen precio y sobre todo directamente del productor al público consumidor.</p> <p>Las Políticas Públicas en el Sector Agropecuario no tiene un horizonte de sostenibilidad presupuestal ni operativa funcional, al no contar con productores identificados mercados y cadena de valor que ayuden a la productividad, al interior del Estado Peruano.</p> <p>Otro aspecto importante, está relacionado a la baja oferta de la producción y la calidad de los productos ofertados. En ocasiones por la mala práctica de la labor agrícola por factores como falta de orientación y capacitación técnica, falta de insumos, tecnología, mercado de crédito y acceso al mercado de sus productos.</p> <p>Ausencia total de la importancia de vincular estratégicamente a los productores a los actores tales como mercados, accesos, créditos, infraestructura, recursos, planificación y cadena de valor al producto.</p> <p>Finalmente señalar la poca creación de asociaciones o ferias productivas que pueda entrar al mercado en forma competitiva, así como acceso a créditos y financiamiento que permitan generar o compartir las ganancias reales a los productores directo evitando el intermediario y la distorsión de los precios en el mercado.</p> <p>Falta de Política Integral de apoyo del Sector Agricultura.</p>	<p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la totalidad de los mismos se encontraron de acuerdo con que el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias vendría a ser la promoción de la oferta en relación a los productos en las ferias y de esta manera generar ingresos y tener acercamiento al público consumidor.</p>	<p>De la revisión de la normativa, los alcances doctrinarios, los alcances de la entrevista a expertos y la propia posición como investigador, permite señalar el poco avance de la implementación de una Política Pública, como eje central de la gestión para el apoyo al desarrollo de las ferias agropecuarias como una herramienta de producción que genera un valor agregado al producto final.</p> <p>Las políticas decretadas por el gobierno Central, son deficientes, no existe un marco normativo asertivo que permita el soporte legal, así como la identificación de presupuestal para la implementación progresiva que permita el desarrollo y la participación de los productores.</p>

OBJETIVOS	ALCANCES NORMATIVO	ALCANCES TEORICOS	ALCANCES DE POSICION DEL INVESTIGADORA	ALCANCES DE LA ENTREVISTA COLORARIOS	CONCLUSIONES
<p><b>Objetivo 2:</b>  <b>Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios.</b></p>	<p>Decreto Supremo N°009-2015 MINAGRI.  Estrategia Agricultura Familiar.</p> <p>Decreto Supremo N°017-2021-MIDAGRI.  Aprueba la Política Nacional Agraria 2021–2030.</p>	<p>Tapia L. &amp; Riera J. (2018): este estudio nos brinda criterios para identificar el rol que cumplen las ferias inclusivas en el desarrollo local de la región andina del Ecuador.</p> <p>Tiene como objetivo principal garantizar y mejorar la calidad de vida de los productores y de sus familias; como generar el incremento en el desarrollo productivo y social de las provincias de la región interandina del Ecuador.</p> <p>La agricultura familiar incluye diversos actores: pequeños productores y campesinos de la región Andina del Ecuador y ellos traen las principales actividades de producción agropecuarias (agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales, de producción agroindustrial, artesanal y recolección); lo que les permite mejorar su condición de vida. Sin embargo en ocasiones las actividades agrícolas son consideradas como forma de vida o como un tema cultural.</p>	<p>Promover y promocionar ventana comercial de los productos agropecuarios originales.</p> <p>El acercamiento directo del consumidor (población) con el productor agropecuario sin intervención de los intermediarios buscar reducir la reducción de la brecha de sobre costo de los productos.</p> <p>La identificación de un nicho de actividad comercial dinámica generadora que dinamice la economía en el Sector Agrario.</p>	<p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría se encuentra de acuerdo con que las ferias si cumplen un rol importante porque es un espacio donde el productor puede mostrar al público consumir sus productos, mientras que la minoría consideró que es un espacio donde se aprende el movimiento del mercado y las preferencias del público consumidor.</p>	<p>Se ha podido localizar e identificar algunas gestiones para el desarrollo de las ferias por parte del Estado Peruano, tales como las CORDELMA, FERIAS AGROPECUARIAS, EVENTO COMO MISTURA entre otras, que ha buscado visibilizar a los productores y los productos.</p> <p>Finalmente, Declaraciones del Milenio de las Naciones Unidas, firmada en septiembre 2000, compromete a los líderes mundiales a luchar contra la pobreza, el hambre, las enfermedades, el analfabetismo, la degradación medioambiental y la discriminación de la mujer.</p>

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ALCANCES NORMATIVO</b>	<b>ALCANCES TEORICOS</b>	<b>ALCANCES DE POSICION DEL INVESTIGADORA</b>	<b>ALCANCES DE LA ENTREVISTA COLORARIOS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>
<p><b>Objetivo 3:</b>  <b>Identificar los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales.</b></p>	<p>Declaración de la Asamblea General de las Naciones Unidas del "Decenio de la Agricultura Familiar (2019-2028).   Ley N 30335 Ley De Promoción y Desarrollo de la Agricultura Familiar.</p>	<p>Para la FAO (2020), la agricultura se beneficia de la salud de los ecosistemas. Se está diseñando y desarrollando un número creciente de enfoques que vinculan los problemas de los ecosistemas con la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la acuicultura. Los "servicios de suministro" de los ecosistemas permiten a las personas obtener alimentos, fibra textil, madera, medicinas, agua limpia y otros bienes. Estos bienes se venden en el mercado, pero muchos hogares rurales dependen directamente de los servicios para su sustento, lo que demuestra que su importancia es mayor que el precio por sí solo, siendo la idea atender las necesidades de los productores</p>	<p>Un aspecto importante, es dar a conocer la oferta que y la calidad de los productos que traen a las ferias locales.   Es tener un espacio para la venta directa de sus productos de la Agricultura familiar, dando a conocer las propiedades y bondades de sus productos.   Contactos directos y posibles clientes para un negocio a futuro.   Poner en vitrina con una oferta exigente y de calidad. La visibilidad de los productos agropecuarios originarios del país que permita revalorar la actividad de la producción, así como el financiamiento y sostenibilidad del mismo en el tiempo.</p>	<p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que todos los entrevistados coinciden que los consumidores obtienen beneficios en las ferias locales, a y que pueden obtener productos frescos y de buena calidad a un excelente precio</p>	<p>Es importante reconocer que el sector agrario aporta al crecimiento económico, a la seguridad alimentaria y a la disminución de la pobreza rural en el Perú.</p>

OBJETIVOS	ALCANCES NORMATIVO	ALCANCES TEORICOS	ALCANCES DE POSICION DEL INVESTIGADORA	ALCANCES DE LA ENTREVISTA COLORARIOS	CONCLUSIONES
<p><b>Objetivo 4:</b>  <b>Identificar los factores que impiden la participación de los productores agropecuario en las ferias locales.</b></p>	<p>Resolución 72/239 declara el período 2019 - 2028 como el Decenio de las Naciones Unidas para la Agricultura Familiar (UNDDF).</p>	<p>Para la FAO (2017), el sentido, de los cambios en los canales de distribución y venta impactan de manera significativa en la cadena de valor. Para los productos, las cuestiones de financiación y transporte, así como toda la normativa relacionada con la calidad, la trazabilidad y la certificación, suponen limitantes para su participación en los mercados y en cadenas de valor integradas.</p>	<p>Muchas veces, es difícil la participación de los productos agropecuarios en las ferias locales o de sus zonas, ya que la distancia que existe de su chacra al destino donde se desarrollará la feria y el costo elevado del flete, en muchas ocasiones es mayor que la cantidad de ventas que obtendrían, ya que estando muy alejados, se les dificulta el traslado y pierden la oportunidad; es por eso que en ocasiones venden la producción a los intermediarios para no perder la producción y aunque sea sacar costos y no ganancias por sus productos</p>	<p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados indicaron que los productos obtienen beneficios porque pueden captar clientes, pueden ofrecer de primera mano sus productos, se dan a conocer, realizan ventas directas, mejoran sus capacidades en venta y gestión comercial.</p> <p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que los factores que impiden que los productos agropecuarios participen de las ferias locales es el alto costo del flete y de los pasajes.</p> <p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que las ferias de productores agropecuarios se desarrollan de forma empírica, desorganizada y sin una planificación adecuada para convocar a los productores agropecuarios a la venta de sus productos en las ferias.</p> <p>Indicaron que es importante la búsqueda de aliados estratégicos para un mejor desarrollo de las ferias locales de productos agropecuarios donde intervengan recursos de otras fuentes de financiamiento para una mejor organización y desarrollo de las ferias locales.</p> <p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que las Ferias agropecuarias No cumplen con elementos de factibilidad para su realización, no son sostenibles en el tiempo, tampoco cuentan con presupuesto para su realización y no cuentan con las herramientas de articulación comercial y los espacios donde se desarrollan no son los más accesibles a los productores.</p> <p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que era importante tener un informe a detalle de todos los pasos que se deben realizar en la feria, para evaluar el impacto que se generó.</p>	<p>Reconociendo la enorme aportación de la Agricultura Familiar a la continuación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y la función que desempeñan las explotaciones agrícolas familiares en mejora la nutrición y la garantía de la seguridad alimentaria mundial, terminar con la pobreza, fin del hambre, la conservación de la biodiversidad y el lograr la sostenibilidad ambiental. Lo importante de la norma es que todos los Estados desarrollen mejoras y aplicar políticas públicas en base a la agricultura familiar, a compartir sus experiencias y mejorar prácticas de agricultura familiar con otros Estados.</p> <p>Respecto a la forma de desarrollo de las ferias locales, es importante las gestiones para el desarrollo de las ferias por parte del Estado Peruano, un claro ejemplo de ferias correctamente desarrolladas, son las CORDELMA, FERIAS AGROPECUARIAS, EVENTO COMO MISTURA entre otras, que ha buscado visibilizar a los productores y los productos.</p> <p>Respecto a que, si las ferias agropecuarias organizadas cumplen con los elementos de factibilidad para su realización, se concluye que no se cumplen con los mismos, dado que no son sostenibles en el tiempo, tampoco cuentan con presupuesto para su realización y no cuentan con las herramientas de articulación comercial y los espacios donde se desarrollan no son los más accesibles a los productores.</p> <p>Respecto a los pasos para la gestión post feria de productores agropecuarios, es preciso contar con un informe a detalle de todos los pasos que se deben realizar en la feria, para evaluar el impacto que se generó, así como realizar alianzas estratégicas con otras instituciones como un componente de gestión para la implementación de las ferias de productores agropecuarios.</p> <p>Respecto a que, si es importante la participación de los productores en una feria agropecuaria, en efecto, es importante porque dinamizan a la venta de los productos y obtienen nuevas oportunidades para realizar y concretar negocios en el momento y a futuro.</p> <p>Respecto a la motivación de la realización de ferias agropecuarias, es ayudar al productor a articular su producto al mercado local, regional y muchas veces internacional, así como dar a conocer el potencial que tiene el país con la biodiversidad, cultivada por los productores de la agricultura familiar.</p>

**Anexo:4**  
**Análisis de las entrevistas**

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	Convergencia	Divergencia	Corolario
Según su criterio ¿Cuál es el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias? Explique su respuesta	Las ferias tienen como principales objetivos promocionar los productos de los participantes, ser esa ventana comercial que necesitan para dar a conocer sus productos, los que en la mayoría de los casos son desconocidos para el consumidor. Además de poder generar transacciones comerciales.	El principal objetivo es acercar la oferta agropecuaria de los productores al consumidor final con precios asequibles y con una frecuencia establecida.	Permitir el acceso directo del productor al consumidor reduciendo los eslabones de la cadena de abastecimiento, para permitir al productor llegar de manera más directa al consumidor y recibir un mejor precio por su producto y del mismo modo al consumidor tener un mejor producto a un menor precio.	El principal objetivo es el de promocionar los productos de determinada región, articulando la oferta con la demanda, que conlleve a concretar ventas durante los días de las ferias como poder convertirse en potenciales proveedores. Que se concrete en una sinergia productor – comprador.	Las ferias agropecuarias tienen como objetivo fundamental generar beneficio económico para los expositores, a través de la exhibición y venta de productos agropecuarios.	El objetivo de las ferias agropecuarias es la exposición y venta de la producción en una determinada zona o región directamente sin pasar por un intermediario.	Contribuir a la Mejora de los ingresos económicos de los pequeños productores agropecuarios de la agricultura familiar pertenecientes a organizaciones agropecuarias en ámbitos rurales mediante eventos de articulación comercial Local, regional.	El objetivo inmediato es la venta directa, pero debería impulsar acuerdos a mediano y largo plazo para buscar la sostenibilidad del negocio.	Generar en los productores oportunidades de negocio, experiencia en ellos para ver su crecimiento en el tiempo, conocer a proveedores y nueva visión de su producción.	Realizar un acercamiento de los clientes o compradores a los productores a fin que se puedan realizar ventas.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que en su totalidad coinciden que el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias vendría a ser la promoción de la oferta en relación a los productos en las ferias y de esta manera generar ingresos y tener acercamiento al público consumidor.	Ninguno de los entrevistados estuvieron en desacuerdo.	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la totalidad de los mismos se encontraron de acuerdo con que el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias vendría a ser la promoción de la oferta en relación a los productos en las ferias y de esta manera generar ingresos y tener acercamiento al público consumidor.
Según su criterio ¿Las ferias locales de productores agropecuarios cumplen un rol importante? Explique su respuesta	Desde luego que sí, ya que la gran mayoría de productores dependen de intermediarios, no pueden acceder directamente. Los canales tradicionales como supermercados y mercados de abastos son muy difíciles de ingresar, requieren productos ya consolidados. Por ello la feria permite estos primeros acercamientos entre productores y consumidores.	Sí, porque ofrecen un espacio físico de presentación periódica de oportunidades comerciales para la producción agropecuaria de los productores.	Sí, no solo por el tema de acceso directo al consumidor, sino porque contribuye al desarrollo de capacidades del productor para mejorar su competitividad	Desde mi punto de vista referido al tipo de feria que desarrolla la empresa donde laboro al ser ferias especializadas donde participan diferentes productores de diferentes regiones son un espacio con características especiales que permiten la inclusión, articulación y generación de oportunidades de negocio. Como una cultura promotora que busca el desarrollo y del fortalecimiento de estas ferias.	Además de lo ya señalado en el objetivo general, las ferias locales de productores agropecuarios contribuyen a la comunidad ofreciéndole productos diversos y a su alcance, en muchos casos ofrecidos directamente por los productores, contribuyendo así a la seguridad alimentaria de las localidades donde la feria funciona y durante el tiempo que la misma esté instalada.	Las ferias locales cumplen un rol muy importante: -Ya que acerca a los productores directamente con los consumidores, brindando un precio intermedio entre lo que recibiría el productor en chacra y el precio final que compraría el consumidor en una cadena donde hay varios intermediarios. -Se realiza intercambio de productos y mercancías entre los diversos productores de la localidad (trueque en algunas zonas del país) -Dinamización en la economía de una localidad. -Se convierte en punto de encuentro entre la oferta y la demanda de productos de la localidad.	Promover el EMPRENDIMIENTO RURAL y el ACCESO a MERCADOS de productores de la agricultura familiar de las zonas rurales y sus organizaciones, articular al mercado al pequeño productor de la agricultura familiar, mediante el evento de promoción comercial y fortalecer las capacidades de gestión de los productores para la búsqueda de espacios o nichos de mercado diferenciado.	Sin duda alguna cumple un rol importante de empoderamiento, capacitación comercial y feedback de la actividad que se viene realizando. Sirve para poder desarrollar las capacidades comerciales del productor, promocionar el producto y poder testear el precio, calidad y presentación.	Súper importante ya que allí tienen los productores un contacto directo con sus consumidores e incluso con sus futuros compradores nacionales o internacionales.	Las ferias locales cumplen un rol fundamental pues es aquí donde los productores aprenden de cómo se mueve el mercado de los hábitos de consumo de los compradores de como prefieren que se presente el producto.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría coinciden en que las ferias si cumplen un rol importante porque es un espacio donde el productor puede mostrar al público consumir sus productos. las bondades y sobre todo tener un lugar de acercamiento entre el productor y el público consumidor.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría, esto es, el entrevistado 10, indica que es un espacio donde se aprende el movimiento del mercado y las preferencias del público consumidor.	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría se encuentra de acuerdo con que las ferias si cumplen un rol importante porque es un espacio donde el productor puede mostrar al público consumir sus productos, mientras que la minoría consideró que es un espacio donde se aprende el movimiento del mercado y las preferencias del público consumidor.



Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	Convergencia	Divergencia	Corolario
Según su criterio ¿Los consumidores obtienen beneficios en las ferias locales de productores agropecuarios? Explique su respuesta.	Así es, ya que pueden ser parte del sistema alimentario, obtener productos más frescos y diversos.	Si, porque los consumidores tienen más alternativas de espacios donde conseguir productos de estación más cercanos a sus domicilios.	Sin duda, pueden acceder a mejores precios y a un producto de mejor calidad en la medida que se elimina o reducen las etapas del proceso de distribución física de los productos.	Si principalmente el referido a que pueden en un solo lugar tener una variedad de productos de diferentes productores a precios accesibles además de contar con una infraestructura necesaria que conlleve a que los consumidores puedan optar por visitarlas. Como también poder tomar contacto con productores y productos que no podrían tener acceso en mercados normales (calidad y cantidad a precio justo).	Productos diversos, una diversidad de productos que usualmente no se encuentra en los comercios de productos a mejores precios, siempre y cuando sean ofrecidos por los propios productores, sin intermediarios. Productos novedosos y en ocasiones desconocidos para el consumidor.	Productos frescos recién cosechados. Menores precios a los conseguidos en una tienda o supermercado, por reducción de los intermediarios. Gran variedad de productos. En algunos casos producción ecológica libre de pesticidas y productos químicos. Se genera vínculos emocionales y amicales entre el productor y el consumidor	Contribuir a la seguridad alimentaria de la población, fomentando la agricultura familiar basados en la oferta de alimentos agroecológicos, así como la mejora de las condiciones de sanidad agraria y la calidad e inocuidad de los alimentos. Poner a disposición del cliente los productos agroecológicos frescos y procesados provenientes de las diferentes Regiones del País, con las exigencias y condiciones del mercado. Comercialización directa de los productos frescos y procesados, saludables e inocuos a precios asequibles para los consumidores para una alimentación saludable. Minimizar la especulación de precios, y garantizar el abastecimiento de alimentos para los hogares.	Los consumidores si obtienen beneficios en cuanto a la variedad, frescura y precio.	Conocer el trabajo de los productores, valorando así su trabajo y por ende al producto, conocer variedad de productos y de diferentes zonas.	Si, debido a que los consumidores tienen acceso a productos frescos a productos que no se encuentran fácilmente es decir le permite diversificar la canasta de alimentos del hogar.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coinciden en que los consumidores si obtienen muchos beneficios en las ferias locales porque obtienen productos frescos, de calidad y a buen precio y sobre todo que es hay abastecimiento de alimentos.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que solo una la minoría de los entrevistados estuvo en desacuerdo.	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que todos los entrevistados coinciden que los consumidores obtienen beneficios en las ferias locales, a y que pueden obtener productos frescos y de buena calidad a un excelente precio.
Según su criterio ¿Los productores agropecuarios, obtienen algún beneficio participando en las ferias locales? Explique su respuesta.	Exposición de marca, ventas, conocimiento del mercado (que es lo que pide el cliente), análisis de la competencia, respaldo de su producto (si se trata de ferias serias).	Diversifican mercados. Captan mayor número de clientes. Conocen e identifican diferentes tipos de clientes. Diferenciación de clientes por ubicación de mercados.	Por su puesto, mejores precios para sus productos y la información de "primera mano" del consumidor final, aspecto muy importante para mejorar su oferta.	El principal beneficio es poder ofrecer sus productos a un importante número de consumidores directos y no a través de un comercializador de sus productos. Lo que genera un mejor beneficio en el precio de sus productos pueden "observar" a otros productores que tipo de producto venden, como también establecer contactos de venta al por mayor a comercios, reduciendo el número de intermediarios.	Retribución económica por la venta de sus productos. Publicidad: los productores salen del anonimato y sus productos se hacen conocidos. Análisis del mercado y de la competencia: los productores pueden "observar" a otros productores que tipo de producto venden, como también establecer contactos de venta al por mayor a comercios, reduciendo el número de intermediarios.	El beneficio que obtendrían sería vender su producción a un precio mayor al que obtendrían vendiendo en chacra a un intermediario. Asimismo, sirve como un espacio de socialización y de intercambio de experiencia con otros productores de la localidad. En las ferias pueden establecer contactos de venta al por mayor a comercios, reduciendo el número de intermediarios.	Fortalecimiento a sus capacidades de gestión comercial mediante instrumentos que permita a la mejora de la organización. Mejoramiento de sus ingresos a través de los nichos de ventana comercial que promueve la agenda comercial de sus productos para ofertar. Fomento al espíritu innovador y emprendedor de los pequeños productores agrícolas pecuarios Generar registro de clientes potenciales y especiales a través de los mecanismos de enlaces comerciales.	Sin duda alguna si, son varios los beneficios, desarrollo de experiencia, exposición, feedback	Beneficios comerciales y de aprendizaje.	Dependiendo, si son ferias que están cerca a sus centros de producción es posible que el productor tenga una mayor ganancia ya que ya no vende a precio de chacra sino vende a precio de consumidor final, eliminando así la intermediación pero si hablamos de ferias que están lejos de los centros de producción es muy posible que el productor pierda debido a que los gastos de fletes pasajes y alojamiento se convierten en un costo más y una menor ganancia o pérdida para el productor.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados no captan clientes, ofrecen de primera mano sus productos, se dan a conocer, realizan ventas directas, mejoran sus capacidades en venta y gestión comercial.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que solo una minoría de los entrevistados, no tuvo una respuesta acertada ya que su respuesta es muy inconclusa y sólo indica que obtienen beneficio comercial y aprendizaje, pero no detalla más. Otro de ellos, indicó que si el productor participa de una feria cerca de su domicilio, si obtiene beneficio, si está lejos el costo es muy elevado y al finales es pérdida y no ganancia para el productor.	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados indicaron que los productores obtienen beneficios porque pueden captar clientes de primera mano sus productos, aprenden de primera mano sus capacidades en venta y gestión comercial, aprenden de otros productores.

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	Convergencia	Divergencia	Corolario
¿Según su criterio ¿Qué factores impiden que los productores agropecuarios participen en las ferias locales? Explique su respuesta.	Los altos costos para trasladarse de su región, la falta de experiencia y temor de fracasar. Ausencia de requerimientos del mercado como registro sanitario, marca, ruc.	Costo de fletes. Tiempo de traslado hacia Lima (más estadía). Volumen de comercialización que cubra gastos incurridos y genere utilidades.	Costos, aspectos logísticos y acceso a la información. Principalmente.	Zonas alejadas de producción que hace que al no tener medios de cómo sacar sus productos a las ferias hace que haya una merma considerable. No conocer las formas de cómo comercializar sus productos en forma directa. No manejar una buena estructura de costos de producción que conlleve a una producción limitada y de no muy buena calidad de los productos.	Desconocimiento de las ferias agropecuarias organizadas en su localidad. Falta de asociatividad y desarrollo empresarial. Falta de cultura ferial y de manejo de la participación en feria en todos sus aspectos (presentación, calidad, inocuidad, relaciones con los clientes, etc.)	Distancia entre la zona de producción y el espacio de ventas. Altos volúmenes de cosecha exigen vender a intermediarios. Factores psicosociales de cada productor. Especialización del producto. Disponibilidad de productos que en el caso de productos agrícolas está sujeto a la estacionalidad de la producción.	Los productores provenientes de la agricultura familiar rural, tienen dificultades en cuanto a su traslado de productos agropecuarios, por los altos costos del flete, estacionalidad de los productos, la falta de certificación a sus productos con valor agregado (procesado o transformado).	Los factores logísticos son un factor importante que impide esta acción ya que no cuentan con ellos y conseguirlos es demasiado caro e incómodo.	Factor económico y falta de preparación para poder participar.	Falta de cultura empresarial, de organización para asistir a Ferias no tiene una producción organizada ni homogénea. El organizar la oferta de productos demanda tiempo para el productor. Tiempo que no está dispuesto a dar porque no conoce los beneficios que puede tener. Falta de información de precios de los productos.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coincidieron en que los elevados costos de traslado como flete y pasaje, no les permite a los productores agropecuarios participar de las ferias locales. La distancia que existe entre las zonas de producción y el lugar donde queda la feria, eso también dificulta la participación de los productores agropecuarios.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que solo una minoría de los entrevistados indicaron que existe falta de organización, falta de desarrollo y cultura empresarial.	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que los factores que impiden que los productores agropecuarios participen de las ferias locales es el alto costo del flete y de los pasajes
Según su criterio ¿Cómo se desarrollan las ferias locales de productores agropecuarios? Explique su respuesta.	La mayoría de las ferias de productores agropecuarios desarrolla sus actividades en el corto plazo, es decir no busca ser sostenible en el tiempo. Por lo que varias dependen de un empresario que cobra por participar o están subsidiadas por algún proyecto o gobierno central.	Identifican una plaza accesible para clientes y productores y definen fechas y horarios de atención, para promover diferentes productos provenientes de diferentes zonas de producción.	De manera todavía muy "empírica" y poco profesionales, considero que en este aspecto hay mucho por mejorar	Creo que cada feria cumple un objetivo y tiene resultados tanto cualitativos como cuantitativos. En función al tipo de feria especializada (que desarrollamos) que ve tanto el ámbito nacional como internacional (por los componentes mismos de la feria y sus actividades) debería considerarse: Período de "concepción del evento". Período de búsqueda de aliados estratégicos y consecución de recursos complementarios. Período de convocatoria de oferta, expositores. Período de elaboración del programa general.	Se desarrollan por iniciativa de los propios productores, asociados bajo alguna forma de junta, patronato, comisión organizadora, etc.	En muchas de las regiones del país, son los gobiernos locales quienes promueven y organizan ferias de productos agropecuarios en su localidad. En otros son los GORES y en un nivel más macro son los ministerios quienes promueven ferias agropecuarias de productores que provenían de las ferias anteriores y que se han especializado en este tipo de eventos	Es importante la planificación y organización de la feria según los objetivos, metas y compromisos y estrategias establecidas por un lineamiento que corresponde a la institución. Definición y fecha del evento. Planificación, difusión, convocatoria, compromisos y evaluación de resultados.	Las ferias locales no se desarrollan efectivamente porque no se tienen los objetivos claros. No se difunden suficientemente y no se cuenta con la infraestructura adecuada, la suma de estos factores sin duda dificulta el desarrollo y el logro de objetivos	Se desarrollan de muchas formas, pero básicamente es zonas de exhibición y cuentan con actividades complementarias para afluencia de público	Las ferias se desarrollan de manera desorganizada, muchas veces no son los productores los que están en estas ferias sino los intermediarios.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coincidieron en que aun las ferias de desarrollo de forma empírica, desordenadas, poco profesionales, no tienen un reglamento o patrón a seguir, no tienen claros sus objetivos y cuáles el propósito que persigue, se desarrollan en corto plazo; son organizadas por instituciones públicas y privadas. Deberían ser mejor organizadas y planificadas, teniendo en cuenta las fechas, difusión, convocatoria, promoción y evaluación de resultados de las ferias de productores agropecuarios para que se cumplan con todos los objetivos plateados y la satisfacción del productor.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coincidieron que las ferias de productores agropecuarios se desarrollan de forma empírica, desorganizada y sin recursos complementarios para el desarrollo de las mismas.	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que las ferias de productores agropecuarios se desarrollan de forma empírica, desorganizada y sin una planificación adecuada para convocar a los productores agropecuarios a la venta de sus productos en la feria. Indicaron que es importante la búsqueda de aliados estratégicos para un mejor desarrollo de las ferias locales de productores agropecuarios donde intervengan recursos de otras fuentes de financiamiento para una mejor organización y desarrollo de las ferias locales.

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	Convergencia	Divergencia	Corolario
Según su criterio ¿Las ferias agropecuarias organizadas cumplen con los elementos de factibilidad para su realización? Explique su respuesta	Muchos de ellos no, se realizan por realizar. Para realizar una feria, hay que evaluar una serie de criterios como buena ubicación, acceso vehicular, que exista una población cercana, que no haya conflictos con otros usuarios.	Si, cumplen un rol importante de acercar los productos de la agricultura familiar a los consumidores finales, descongestionando los mercados tradicionales y contribuyendo a más puntos de venta de los productores	En términos generales, todavía de manera muy rudimentaria; en este aspecto también considero que hay mucho por trabajar.	Es primordial que para poder desarrollar una feria agropecuaria ya sea de nivel local, nacional e internacional deberán considerarse los elementos de factibilidad de dicha actividad con el fin de que esta cumpla con el o los objetivos deseados que conlleven a que tanto el productor ofertante pueda satisfacer la necesidad de compra del visitante comprador y así lograr un beneficio mutuo (de articulación, generación de negocios, satisfacción, generación de un mayor ingreso y logros personales mutuos).	Si, en la medida en que los organizadores de la misma, logren efectivamente con todos los actores involucrados.	Se debe diferenciar el tipo de producto a comercializar, ya que la producción primaria no tendría ningún problema de comercialización y los requisitos para cumplir con la inocuidad de los productos son mínimos. Sin embargo los productos elaborados requieren requisitos mínimos como registros sanitarios, habilitaciones sanitarias de plantas de procesamiento, que aseguren la inocuidad de los productos y en algunos casos requieren de equipamiento de conservación. Elementos que se deben asegurar para la factibilidad de las ferias agropecuarias.	Si, es importante la actividad referente a los eventos de articulación comercial, el equipo técnico de la empresa mediante los lineamientos y mecanismos de uso de herramientas de articulación permitirá estandarizar y mejorar la ejecución de la feria sea local regional o nacional. El equipo técnico de la empresa monitoreará las actividades contempladas en el plan de trabajo planificado, llenado de toda la información requerida para los efectos de la sistematización y evaluación e impacto de articulación comercial.	No, no se cumplen los objetivos y no es sostenible.	En algunos casos sí, pero es en pocas ferias que se dan, en la gran mayoría no se cumplen.	No, ya que las ferias organizadas deberían de tener los recursos para su realización por lo general tienen comisiones organizadoras que buscan los recursos para su implementación.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coincidieron en que las ferias agropecuarias, No cumplen con los elementos de factibilidad para su realización, no es sostenible en el tiempo, no cuentan con recursos para su realización, tampoco cumplen con los lineamientos y mecanismos de uso correcto de herramientas de articulación comercial. Los espacios no son los más adecuados para la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coinciden que Si se cumplen con los elementos de factibilidad para la realización de las ferias agropecuarias, los recursos para su realización.	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que las ferias agropecuarias No cumplen con elementos de factibilidad para su realización, no son sostenibles en el tiempo, tampoco cuentan con presupuesto para su realización y no cuentan con las herramientas de articulación comercial y los espacios donde se desarrollan no son los más accesibles a los productores.
Según su criterio ¿Mencione los pasos para la gestión post feria de productores agropecuarios? Explique su respuesta	Las ferias de productores buscan ser sostenible, deben tener un componente de gestión. Un área que pueda apoyar no sólo en el desarrollo de capacidades, sino en la administración, proponer estrategias de crecimiento, hacer alianzas etc. Además de ser quién controla o fiscaliza la participación de los productores.	Identificar los productos con mayor aceptación en términos de calidad, volumen y precio, para segmentar a los consumidores de la zona. Evaluación de campañas de promoción para la actual y siguiente edición de la feria. Revisar que servicios mejoran la atención a los clientes. Revisar que servicios necesitan contar los productores: almacén, frío, empaques, pesado.	Hacer una evaluación técnica de los resultados cualitativos y cuantitativos de sus resultados e implementar planes de mejora.	Resultados cualitativos, cuantitativos, conclusiones y recomendaciones.	Los pasos a seguir en post feria dependerán del mecanismo de rendición de cuentas establecido por el organizador de la feria. Si se trata de una entidad pública es indispensable contar con un informe detallado del número de productores, los productos ofertados y las ventas realizadas durante la feria y las proyecciones a futuro, a fin de sustentar el gasto de fondos públicos efectuado. Es importante que en toda feria se mantenga actualizada una base de datos de expositores, proveedores y compradores, para contactarlos y organizar nuevas ferias.	Las gestiones post feria, son los, seguimiento al productor, si le fue rentable estar en la feria o no.	Consolidación del equipo técnico formado en temas de uso de herramientas de articulación y acceso a mercados, que permitirá estandarizar y mejorar la feria. Cumplimiento del Plan de trabajo de actividades, mediante la caracterización, evaluación y selección de pequeños y medianos productores. Información de ventas de productos mediante canales de comercialización en la feria caracterizándolos y evaluando su impacto comercial. Contar con cartera de clientes potenciales y público usuario a través de la feria, que ha permitido mejorar los ingresos económicos y la economía local de la Región. Contar con contactos y enlaces comerciales; locales, Regionales, Nacionales que permitirán generar oportunidades de negocios y acceso al mercado de los pequeños y medianos productores y sus organizaciones.	Comunicación, asesoría, capacitación y feedback.	Tener un contacto post feria con los visitantes que se captaron es súper importante ya que de allí se puede generar confianza y una mejor relación comercial.	se realizan ningún tipo de monitoreo post feria.	Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coincidieron en que es importante tener un informe de resultados, cualitativos y cuantitativos e implementar mejoras, manejar una base de datos de los productos, de sus productos ofertados y de las ventas realizadas, así como de los clientes potenciales y público interesado en comprar a futuro. Realiza alianzas estratégicas con otras instituciones como un componente de gestión para la implementación de las ferias de productores agropecuarios. También indicaron que es importante las gestiones pos feria cómo el seguimiento al productor, la asesoría, la constante comunicación y capacitación para las ventas futuro y saber cómo entregar un producto en óptimas condiciones y de calidad.	Respecto de la opinión de un entrevistado, se observó que uno de ellos, indicó que en las ferias no se realizan monitoreo pos ferias	Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron que era importante tener un informe a detalle de todos los pasos que se deben realizar en la feria, para evaluar el impacto que se generó. Este informe debería ser cualitativo y cuantitativo e para implementar mejoras, realizar alianzas estratégicas con otras instituciones como un componente de gestión para la implementación de las ferias de productores agropecuarios. La importancia de las Gestiones pos feria cómo el seguimiento al productor. Una minoría indicó que no se hace seguimiento pos feria.

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	Convergencia	Divergencia	Corolario
<p><b>¿Según su criterio ¿Qué factores impiden que los productores agropecuarios participen en las ferias locales? Explique su respuesta.</b></p>	<p>Desde luego que es importante, por ello es necesario que se apliquen filtros para asegurar de que sean productores y así dar oportunidad a los verdaderos productores.</p>	<p>Si, debido a que dinamizan la venta de sus productos y están de cara a los consumidores finales y tienen la oportunidad de conocer las preferencias de los consumidores.</p>	<p>Sin lugar a dudas por sus implicancias en el corto y en largo plazo para la mejora de la competitividad de los productores.</p>	<p>Si, por que para el productor son nuevas oportunidades para concretar negocios y contactarse con un mayor público objetivo por el producto que ofertarán. Además, permite que los productores puedan entender los requerimientos y necesidades de los potenciales consumidores y/o compradores para que pueda aprender de ese intercambio comercial. Para lograr mejores ingresos en sus productos a ofertar.</p>	<p>El caso de entidades como el MIDAGRI, es fundamental que los expositores de las ferias que organiza sean los propios productores del bien o servicio agrario ofertado. Otras entidades públicas como PRODUCE o PROMPERÚ si tienen más flexibilidad para permitir la participación de empresas e intermediarios en los eventos que organizan.</p>	<p>En las Ferias a nivel macro que realizamos a través del MIDAGRI, los productores lo ven como una actividad que les permite que su trabajo sea reconocido, así mismo es importante que sus marcas sean reconocidas a nivel nacional. Además que son espacios que les permite establecer contactos comerciales con clientes potenciales que les comprarán productos a futuro. CESAR Con estas ferias logran incrementar sus ventas y por ende les permite incrementar su producción.</p>	<p>Si, es importante la participación de los productores en los espacios de promoción y articulación comercial, a fin de mejorar sus ingresos económicos mediante la venta de sus productos que en mediano y largo plazo sea sostenibles y que los pequeños y medianos productores organizados en asociaciones puedan comercializar directamente sus productos y/o establecer contactos comerciales llegando a escalar a un nivel más competitivo para obtener mayores ingresos.</p>	<p>Sin duda que sí, pero se deben estructurar objetivos para poder enfocar las acciones y actividades enfocados a este.</p>	<p>Si porque genera un feedback y se puede mejorar aspectos de producción, ellos mismos van adquiriendo experiencia en negociación y es un paso a participar en ruedas de negocio.</p>	<p>Si es importante debido a que los productores son los principales actores de las ferias agropecuarias. Pero en muchas ferias que se realizan no son los productores los que venden sus productos sino comerciantes.</p>	<p>Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados coincidieron en que si es importante la participación de los productores en las ferias locales porque dinamizan la venta de los productos y obtienen nuevas oportunidades para realizar y concretar negocios en el momento y a futuro.</p>	<p>Respecto de la opinión de un entrevistado, se observó que se deberían determinar bien los objetivos para enfocar bien las acciones a realizar.</p>	<p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados coincidieron en que si es importante la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales porque dinamizan la venta de los productos y obtienen nuevas oportunidades para realizar y concretar negocios en el momento y a futuro.</p>
<p><b>Según su criterio. ¿Qué lo motiva organizar ferias agropecuarias? Explique su respuesta</b></p>	<p>Mi motivación principal es ayudar a los pequeños productores a encontrar mercado directamente y así poder mejorar su calidad de vida y el de sus familias.</p>	<p>Descentralizar los mercados tradicionales que son los puntos que pueden acceder con rapidez los pequeños productores y contar con más de un punto de venta.</p>	<p>La posibilidad de apoyar a los productores para acceder a mejores y más mercados y contribuir al desarrollo de sus capacidades; así como facilitar a los consumidores a acceder a más, mejores y mejor precio para los productos que requiere.</p>	<p>Nos motiva el de dar a conocer el potencial productivo de las diferentes zonas del PERÚ en un espacio donde acoge a diferentes productores con diferentes productos e idiosincrasias, con el fin de lograr la integración nacional como poder concretar negocios entre los mismos productores y el público consumidor habido de buscar nuevos productos a precios interesantes.</p>	<p>A los funcionarios y servidores públicos del MIDAGRI nos motiva a organizar ferias agropecuarias por la satisfacción de apoyar a los productores en aspectos comerciales, en beneficio de sus familias y contribuir a la seguridad Alimentaria del país.</p>	<p>La principal motivación es estimular al productor a mejorar su producción y productividad, promover el incremento del consumo del producto a impulsar. Reconocer y valorar el trabajo que realizan los productores agropecuarios. Mejores precios para el productor reduciendo la intermediación en la comercialización.</p>	<p>En cumplimiento a actividades y programas que se enmarcan en nuestro POI institucional y a ello se suma la marca, la imagen de una institución comprometida con el sector agrario y por supuesto con el servir a los pequeños productores a generar y mejorar su productividad para su comercialización en estos eventos comerciales denominados, ferias locales.</p>	<p>La necesidad de ampliar mercados para la agricultura familiar.</p>	<p>Ver el crecimiento económico de los productores en los diferentes rubros, sobre todo que genera un movimiento económico a nivel local para ello.</p>	<p>Me motiva mejorar la situación de los productores en el campo. Que los productores se articulen directamente en los mercados, intentar eliminar en algo la intermediación y que se pague un precio justo al productor agropecuario.</p>	<p>Respecto de la opinión de los entrevistados se observa que la mayoría de los entrevistados fueron los motivos que tuvieron para organizar ferias agropecuarias: Principalmente ayudar al productor a articular su producto al mercado local, regional y muchas veces internacional. Dar a conocer el potencial que tiene el país con la biodiversidad, cultivada por los productores de la agricultura familiar.</p>	<p>Respecto de la opinión de la minoría de los entrevistado, se observó que lo motivó el poder descentralizar el mercado local, el tradicional y también ampliar los mercados para dar paso a la venta de productos de la agricultura familiar.</p>	<p>Realizando un análisis de lo señalado por los entrevistados se puede concluir que la mayoría de los entrevistados comentaron que su principal motivo fue ayudar al productor a articular su producto al mercado local, regional y muchas veces internacional. Dar a conocer el potencial que tiene el país con la biodiversidad, cultivada por los productores de la agricultura familiar</p>



## **GUÍA DE ENTREVISTA**

Título de la investigación: **“Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022”**

Entrevistado (a) : Carlos Lazo Gago

Cargo : Gerente General

Fecha : 13 / 11 / 2022

### **PREGUNTAS:**

**OBJETIVO GENERAL:** Analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022.

1. Según su criterio ¿Cuál es el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias? Explique su respuesta.

Las ferias tienen como principales objetivos promocionar los productos de los participantes, ser esa ventana comercial que necesitan para dar a conocer sus productos, los que en la mayoría de los casos son desconocidos para el consumidor. Además de poder generar transacciones comerciales.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 1:** Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios.

2. Según su criterio ¿Las ferias locales de productores agropecuarios cumplen un rol importante? Explique su respuesta.

Desde luego que sí, ya que la gran mayoría de productores dependen de intermediarios, no pueden acceder directamente. Los canales tradicionales como supermercados y mercados de abastos son muy difíciles de ingresar, requieren productos ya consolidados. Por ello la feria permite estos primeros acercamientos entre productores y consumidores.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Describir los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios.**

- Alimentos más frescos, más saludables (cuando se ofrecen productos ecológicos)
- Precios más cómodos, lo que representa un ahorro
- Información de los productos (tips, recetas, etc).

3. Según su criterio ¿Los consumidores obtiene beneficios en las ferias locales de productores agropecuarios?

Así es, ya que pueden ser parte del sistema alimentario, obtener productos más frescos y diversos.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Identifica los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales.**

4. Según su criterio ¿Los productores agropecuarios, obtienen algún beneficio participando en las ferias locales?

Exposición de marca, ventas, conocimiento del mercado (que es lo que pide el cliente), análisis de la competencia, respaldo de su producto (si se trata de ferias serias).

**OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Identificar los factores que impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales.**

5. Según su criterio ¿Qué factores impiden que los productores agropecuarios participen en las ferias locales?

Los altos costos para trasladarse de su región, la falta de experiencia y temor de fracasar. Ausencia de requerimientos del mercado como registro sanitario, marca, ruc, etc.

6. Según su criterio ¿Cómo se desarrollan las ferias locales de productores agropecuarios? Explique su respuesta.

La mayoría de las ferias de productores agropecuarios desarrolla sus actividades en el corto plazo, es decir no busca ser sostenible en el tiempo. Por lo que varias dependen de un empresario que cobra por participar o están subsidiadas por algún proyecto o gobierno central.

7. Según su criterio ¿Las ferias agropecuarias organizadas cumplen con los elementos de factibilidad para su realización? Explique su respuesta

Muchos de ellos no, se realizan por realizar. Para realizar una feria, hay que evaluar una serie de criterios como buena ubicación, acceso vehicular, que exista una población cercana, que no haya conflictos con otros usuarios, etc.

8. Según su criterio ¿Mencione los pasos para la gestión post feria de productores agropecuarios?

Si las ferias de productores buscan ser sostenible, deben tener un componente de gestión. Un área que pueda apoyar no sólo en el desarrollo de capacidades, sino en la administración, proponer estrategias de crecimiento, hacer alianzas etc. Además de ser quién controla u fiscaliza la participación de los productores.

9. Según su criterio. ¿Es importante la participación de los productores en una feria agropecuaria? Explique su respuesta.

Desde luego que es importante, por ello es necesario que se apliquen filtros para asegurar de que sean productores y así dar oportunidad a los verdaderos productores.

10. Según su criterio. ¿Qué lo motiva organizar ferias agropecuarias? Explique su respuesta.

Mi motivación principal es ayudar a los pequeños productores a encontrar mercado directamente y así poder mejorar su calidad de vida y el de sus familias.



## GUÍA DE ENTREVISTA

Título de la investigación: **“Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022”**

Entrevistado (a) : Mónica Dávila Escudero  
Cargo : Jefe de la Unidad de Inteligencia Comercial de SSE  
Fecha : 11 / 11 / 2022

### PREGUNTAS:

**OBJETIVO GENERAL: Analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022.**

1. Según su criterio ¿Cuál es el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias? Explique su respuesta.

El principal objetivo es acercar la oferta agropecuaria de los productores al consumidor final con precios asequibles y con una frecuencia establecida.

**OBJETIVO ESPECIFICO 1: Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios.**

2. Según su criterio ¿Las ferias locales de productores agropecuarios cumplen un rol importante? Explique su respuesta.

Sí, porque ofrecen un espacio físico de presentación periódica de oportunidades comerciales para la producción agropecuaria de los productores.

**OBJETIVO ESPECIFICO 2: Describir los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios.**

3. Según su criterio ¿Los consumidores obtiene beneficios en las ferias locales de productores agropecuarios?

Sí, porque los consumidores tienen más alternativas de espacios donde conseguir productos de estación más cercanos a sus domicilios.



**OBJETIVO ESPECIFICO 3: Identifica los beneficios que obtiene el productor agropecuario en las ferias locales.**

4. Según su criterio ¿Los productores agropecuarios, obtienen algún beneficio participando en las ferias locales?

Diversifican mercados

Captan mayor número de clientes

Conocen e identifican diferentes tipos de clientes

Diferenciación de clientes por ubicación de mercados

**OBJETIVO ESPECIFICO 4: Identificar los factores que impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales.**

5. Según su criterio ¿Qué factores impiden que los productores agropecuarios participen en las ferias locales?

Costo de fletes.

Tiempo de traslado hacia Lima (más estadía).

Volumen de comercialización, que cubra gastos incurridos y genere utilidades.

6. Según su criterio ¿Cómo se desarrollan las ferias locales de productores agropecuarios? Explique su respuesta.

Identifican una plaza asequible para clientes y productores y definen fechas y horarios de atención, para promover diferentes productos provenientes de diferentes zonas de producción.

7. Según su criterio ¿Las ferias agropecuarias organizadas cumplen con los elementos de factibilidad para su realización? Explique su respuesta

Sí, cumplen un rol importante de acercar los productos de la agricultura familiar a los consumidores finales, descongestionando los mercados tradicionales y contribuyendo a más puntos de venta de los productores.

8. Según su criterio ¿Mencione los pasos para la gestión post feria de productores agropecuarios?

➤ Identificar los productos con mayor aceptación en términos de calidad, volumen y precio, para segmentar a los consumidores de la zona.

➤ Evaluación de campañas de promoción para la actual y siguiente edición de la feria.

- Revisar que servicios mejoran la atención a los clientes.
- Revisar que servicios necesitan contar los productores: almacén, frío, empaques, pesado, etc.

9. Según su criterio. ¿Es importante la participación de los productores en una feria agropecuaria? Explique su respuesta.

Si, debido a que dinamizan la venta de sus productos y están de cara a los consumidores finales y tienen la oportunidad de conocer las preferencias de los consumidores.

10. Según su criterio. ¿Qué lo motiva organizar ferias agropecuarias? Explique su respuesta.

Descentralizar los mercados tradicionales que son los puntos que pueden acceder con rapidez los pequeños productores y contar con más de un punto de venta.



## GUÍA DE ENTREVISTA

Título de la investigación: “**Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022**”

Entrevistado (a) : JACOB NAVARRO ISACUPE

Cargo : ESPECIALISTA EN ROMICON COMERCIAL DE AGRORURAL

Fecha : 15/11 / 2022

### PREGUNTAS:

**OBJETIVO GENERAL: Analizar la gestión de las ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima 2022.**

1. Según su criterio ¿Cuál es el objetivo que persiguen las ferias agropecuarias? Explique su respuesta.

Contribuir a la Mejora de los ingresos económicos de los pequeños productores agropecuarios de la agricultura familiar pertenecientes a organizaciones agropecuarias en ámbitos rurales mediante eventos de articulación comercial Local, regional.

**OBJETIVO ESPECIFICO 1: Identificar el rol que cumplen las ferias locales de productores agropecuarios.**

2. Según su criterio ¿Las ferias locales de productores agropecuarios cumplen un rol importante? Explique su respuesta.

Promover el EMPRENDIMIENTO RURAL y el ACCESO a MERCADOS de productores de la agricultura familiar de las zonas rurales y sus organizaciones, articular al mercado al pequeño productor de la agricultura familiar, mediante el evento de promoción comercial y fortalecer las capacidades de gestión de los productores para la búsqueda de espacios o nichos de mercado diferenciado

**OBJETIVO ESPECIFICO 2: Describir los beneficios que obtiene el consumidor con las ferias locales de productores agropecuarios.**

3. Según su criterio ¿Los consumidores obtiene beneficios en las ferias locales de productores agropecuarios?

- Contribuir a la **seguridad alimentaria de la población**, fomentando la agricultura familiar basados en la oferta de alimentos agroecológicos, así como la mejora de las condiciones de **sanidad agraria y la calidad e inocuidad** de los alimentos.
- Poner a disposición del cliente usuario, productos agroecológicos frescos y procesados provenientes de las diferentes Regiones del País, con las exigencias y condiciones del mercado
- propiciar una inserción más competitiva de sus productos y/o servicios en los mercados donde el objetivo final sea el cliente usuario satisfecho en adquirir un producto saludable
- Comercialización directa de los productos frescos y procesados, saludables e inocuos a precios asequibles para los consumidores para una alimentación saludable
- Minimizar la especulación de precios, y garantizar el abastecimiento de alimentos para los hogares.

4. Según su criterio ¿Los productores agropecuarios, obtienen algún beneficio participando en las ferias locales?

Si, por que permite el:

- Fortalecimiento a sus capacidades de gestión comercial mediante instrumentos y mecanismos que permita a la mejora de la organización
- Mejoramiento de sus ingresos a través de los nichos de ventana comercial que promueve la agenda comercial de sus productos para ofertar.
- Fomento al espíritu innovador y emprendedor de los pequeños productores agrícolas pecuarios
- Generar registro de clientes potenciales y especiales a través de los mecanismos de enlaces comerciales

**OBJETIVO ESPECIFICO 4: Identificar los factores que impiden la participación de los productores agropecuarios en las ferias locales.**

5. Según su criterio ¿Qué factores impiden que los productores agropecuarios participen en las ferias locales?

Los productores provenientes de la agricultura familiar rural, tienen dificultad

en cuanto a su traslado de productos agropecuarios, por los altos costos del flete, la estacionalidad de los productos, las faltas de certificación a sus productos con valor agregado (procesada o transformada).

6. Según su criterio ¿Cómo se desarrollan las ferias locales de productores agropecuarios? Explique su respuesta.

Es importante la planificación y organización de la feria según los objetivos, metas compromisos y estrategias establecidas por un lineamiento que corresponde a la institución:

✓ **Definición de fecha y lugar para realizar el evento:**

✓ **Planificación que debe contener:**

- Plan de trabajo de actividades del evento de ejecución, compromisos y responsabilidades de las Instituciones comprometidas y pequeños productores agrícolas pecuarios organizados y caracterizados.
- Gestión de Requerimiento para gastos diversos del evento Ferial (servicios impresión de afiches y volantes pago de alquiler del campo ferial.
- Coordinación con la Oficina de Unidad de Abastecimiento y Patrimonio- Área de Servicios Generales para el apoyo en el armado de los toldos de lona y limpieza del campo ferial (Jr. Pablo Bermúdez playa de estacionamiento Institucional). limpieza del banner feria.

✓ **Promoción y difusión:**

- Mediante la plataforma de la web Institucional y el Área de Imagen Institucional mediante la alianza estratégica con la Municipalidad, empresa a través de las plataformas Institucionales, redes sociales, según los objetivos, metas y estrategias establecidas por los lineamientos correspondientes.
- Promocionar la feria en todos los medios de comunicación con anticipación (plataforma web Institucional, Redes Sociales

(Facebook, Messenger, twitter por parte de los organizadores y productores).

✓ **Convocatoria:**

- Selección y convocatoria a los pequeños productores agrícolas rurales en su diferentes caracterizaciones y condiciones jurídicas para la exposición y venta de productos frescos y procesados.
- Seguimiento, consulta RUC- consulta DIGESA, selección a las asociaciones productores agrícolas e invitación para la participación evento feria Institucional
- Compromiso y responsabilidad asumidas por el pequeño productor según las recomendaciones y reglas de; presentación empaque, vestuario guantes, tocas, boleta de ventas, propaganda publicitaria, tarjetas cuaderno para el registro de ventas

✓ **Compromisos(productores):**

- Ajustarse a los cambios que requieran los productores y clientes acorde a las circunstancias del momento y actividad de ejecución, promoción y oferta de los productos ofrecidos en la feria.
- Coordinación y acuerdo con los pequeños y medianos productores agrícolas para el desarmado de los toldos de lona, mesas, lavado de manteles, limpieza.

✓ **Evaluación resultados (Empresa):**

- Evaluación, seguimiento en todo el proceso de articulación comercial exposición, venta, atención al cliente usuario, precio, presentación del producto, registro de clientes potenciales y otros.
- Trabajo en equipo reduciendo la incertidumbre, improvisación.
- Sistematización de resultados de la comercialización de productos (registro de ventas)
- Informe de la actividad del evento.

7. Según su criterio ¿Las ferias agropecuarias organizadas cumplen con los elementos de factibilidad para su realización? Explique su respuesta

Si. Es importante la actividad referente a los eventos de articulación comercial, el equipo técnico de la empresa mediante los lineamientos y mecanismos de uso de herramientas de articulación permitirá estandarizar y mejorar la ejecución de la feria sea local regional o nacional.

El equipo técnico de la empresa monitoreara las actividades contempladas en el plan de trabajo planificado, llenado de toda la información requerida para los efectos de la sistematización y evaluación e impacto comercial del evento de articulación comercial

8. Según su criterio ¿Mencione los pasos para la gestión post feria de productores agropecuarios?

Lo más resaltante en un Post

- Consolidación del equipo técnico formado en temas de uso de herramientas de articulación y acceso a mercados, que permitirá estandarizar y mejorar la feria.
- Cumplimiento del Plan de trabajo de actividades de la feria, mediante la caracterización, evaluación y selección de pequeños y medianos productores agrícolas rurales.
- Información de Ventas de productos mediante canales de comercialización en la feria caracterizándolos y evaluando su impacto comercial.
- Contar con cartera de clientes potenciales y público usuario a través de la feria Institucional que ha permitido mejorar los ingresos económicos y la economía local de la Región que permitirá la utilización para ventas a futuro
- Contar con contactos y enlaces comerciales; locales, Regionales, Nacionales que permitirán generar oportunidades de negocios y acceso al mercado de los pequeños y medianos productores y sus organizaciones

9. Según su criterio. ¿Es importante la participación de los productores en una feria agropecuaria? Explique su respuesta.

Si. Es importante la participación de los productores en los espacios de promoción y articulación comercial, a fin de mejorar sus ingresos económicos mediante la venta de sus productos que en mediano y largo plazo sea sostenibles y que los pequeños y medianos productores organizados en asociaciones puedan comercializar directamente sus productos y/o establecer contactos comerciales llegando a escalonar a un nivel más competitivo para obtener mayores ingresos.

10. Según su criterio. ¿Qué lo motiva organizar ferias agropecuarias? Explique su respuesta.

En cumplimiento a actividades y programas que se enmarcan en nuestro POI institucional y a ello se suma la marca la imagen de una institución comprometida con el sector agrario y por supuesto por ende el servir a los pequeños productores a generar y mejorar su productividad para su comercialización en estos eventos comerciales denominadas ferias locales.



Anexo: 6

Consentimiento informado

**CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO**

**Nombre del Investigador:** Verónica Rodríguez Cáceres.

**Título del Proyecto:** Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela de Posgrado Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un dialogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quieres continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quieres responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporciones nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre tus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si acepta participar, le pido que marque con ( ✓ ) en el cuadro de abajo y colocar su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.

Si quiero participar.

**Nombres y Apellidos:** CESAR ALVAREZ ZAPATA

  
Dpto. Cesar Vallejo, Filial Lima Norte  
CNI: N° 02091425  
Reg. CIP 98622

**Firma:**

**Fecha:** 15 de noviembre de 2022

## CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO

Nombre del Investigador: Verónica Rodríguez Cáceres.

Título del Proyecto: Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela de Posgrado del Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante.

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un diálogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quieres continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quieres responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporcione nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre tus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

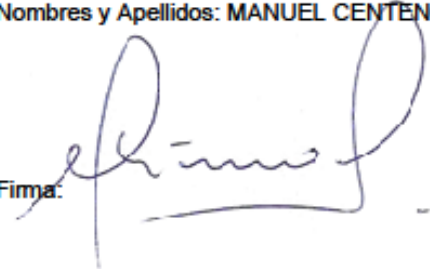
Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si acepta participar, le pido que marque con ( ✓ ) en el cuadro de abajo y colocar su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.

Si quiero participar.

Nombres y Apellidos: MANUEL CENTENO MARTINO

Firma:



Fecha: 13 de noviembre de 2022

## CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO

Nombre del Investigador: Verónica Rodríguez Cáceres.

Título del Proyecto: Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela de Posgrado del Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un dialogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quiere continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quiere responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporciones nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre sus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si acepta participar, le pido que marque con ( ✓ ) en el cuadro de abajo y colocar su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.



Si quiero participar.

Nombres y Apellidos: MIGUEL LANZARA L.

Firma:



Fecha: 16 de noviembre de 2022

## CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO

Nombre del Investigador: **Verónica Rodríguez Cáceres.**

Título del Proyecto: **Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.**

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela del Posgrado del Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un dialogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quiere continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quiere responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporciones nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre tus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si acepta participar, le pido que marque con ( ✓ ) en el cuadro de abajo y colocar su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.



Si quiero participar.

Nombres y Apellidos: JACOB NAVARRO ISACUPE



Firma:

Fecha: 22 de noviembre de 2022

## CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO

**Nombre del Investigador:** Verónica Rodríguez Cáceres.

**Título del Proyecto:** Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela de Posgrado del Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un dialogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quieres continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quieres responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporcionen nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre sus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si acepta participar, le pido que marque con ( ✓ ) en el cuadro de abajo y colocar su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.



Si quiero participar.

Nombres y Apellidos: XIOMARA MARISCAL PORTUGAL



Firma:

Fecha: 14 de noviembre de 2022

## CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO

**Nombre del Investigador:** Verónica Rodríguez Cáceres.

**Título del Proyecto:** Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela de Posgrado Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un dialogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quieres continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quieres responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporciones nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre tus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si aceptas participar, te pido que marques con ( ✓ ) en el cuadro de abajo, y coloca su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.



Si quiero participar.

Nombres y Apellidos: MONICA DAVILA ESCUDERO

Firma:



Fecha: 16 de noviembre de 2022

## CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO

**Nombre del Investigador:** Verónica Rodríguez Cáceres.

**Título del Proyecto:** Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela de Posgrado del Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un dialogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quieres continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quieres responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporciones nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre sus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si acepta participar, le pido que marque con ( ✓ ) en el cuadro de abajo y colocar su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.

Si quiero participar.

Nombres y Apellidos: PABLO SALINAS DELGADO

Firma:



Fecha: 16 de noviembre de 2022

## CONSENTIMIENTO INFORMADO / CONSENTIMIENTO ASENTADO

**Nombre del Investigador:** Verónica Rodríguez Cáceres.

**Título del Proyecto:** Gestión de Ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

La investigación fenomenológica, busca explorar, describir y comprender las experiencias vividas por sujetos frente a un objetivo de estudio, donde busca comprender la realidad social de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022. Respetuosamente me presento, mi nombre es Verónica Rodríguez Cáceres, soy estudiante de la Escuela de Posgrado del Programa Académico de Maestría en Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo filial Lima Norte, actualmente estoy realizando un estudio acerca de la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Su participación en el estudio consistiría en informante

1. La técnica a utilizar es la entrevista que es de gran utilidad en la investigación cualitativa, que será utilizada como un dialogo, conversación, ya sea personal, virtual, grabada o mediante video.
2. El instrumento a utilizar es la guía de entrevista, que tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente, que se desarrollará en diferentes ocasiones.
3. La entrevista se realizará fuera de su horario de trabajo, en espacios coordinados con el informante.

Su participación en el estudio es voluntaria, si usted no puede hacerlo, comunicar con un no; ya que no es obligatoria. Asimismo, se deja constancia, si en un momento dado no quieres continuar con la entrevista, no habrá ningún problema, o si no quieres responder alguna pregunta en particular de la guía no habrá problemas

Toda información que nos proporciones nos ayudará a conocer cómo se realiza la gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios Lima, 2022.

Esta información será confidencial, esto quiere decir que no diremos a nadie sobre sus respuestas, solo sabrán las personas que forman parte del equipo de estudio.

Por la participación en esta actividad, no involucra pago, beneficio en dinero u objetos materiales.

Si acepta participar, le pido que marque con ( ✓ ) en el cuadro de abajo y colocar su nombre y firma, caso contrario no colocar nada.



Si quiero participar. Nombres y Apellidos: MARIA ELENA CALVO PACHECO



Firma:

Fecha: 16 de noviembre de 2022





RESOLUCIÓN JEFATURAL Nº 5549-2022-UCV-VA-EPG-F05L01/J

Lima, 19 de noviembre de 2022

VISTO:

El proyecto de investigación denominado: Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima, 2022; presentado por el (la) Br. Verónica Regina Rodríguez Cáceres con código de estudiante N° 7002725410 del programa de Maestría en Gestión Pública – grupo B1, y;

CONSIDERANDO:

Que, la normativa de la Universidad César Vallejo, señala que el estudiante deberá presentar un proyecto de investigación para su aprobación y posterior sustentación con fines de graduación;

Que, el proyecto mencionado cuenta con opinión favorable del docente de la experiencia curricular de "Diseño y Desarrollo del Trabajo de Investigación" **Menacho Rivera Alejandro Sabino**.

Que, es política de la Universidad velar por el adecuado manejo administrativo de los documentos para cumplir las políticas internas de gestión;

Que, el (la) Jefe (a) de la Unidad de Posgrado, en uso de sus facultades y atribuciones;

RESUELVE:

Art. 1°.- APROBAR, el Proyecto de Investigación denominado: Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima, 2022, presentado por el (la) Br. Verónica Regina Rodríguez Cáceres con código de estudiante N° 7002725410.

Art. 2°.- DESIGNAR, al docente de la experiencia curricular de "Diseño y Desarrollo del Trabajo de Investigación" **Menacho Rivera Alejandro Sabino** como asesor(a) del proyecto de investigación mencionado en el artículo 1°.

Art. 3°.- PREDSAR, que el (la) autor (a) del proyecto de investigación deberá desarrollarlo en el semestre en curso y excepcionalmente hasta el semestre siguiente.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dra. Dorella A. Esquiagola Aranda  
Jefa de la Escuela de Posgrado  
Campus Lima Norte



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego

Viceministerio de Desarrollo de  
Agricultura Familiar e Infraestructura  
Agraria y Riego

Dirección General de  
Desarrollo Agrícola y  
Agroecología

*Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres*

**MEMORANDO N° 0008-2023-MIDAGRI-DVDAFIR/DGDA**

- A : **VERONICA REGINA RODRIGUEZ CACERES**  
Especialista  
Dirección General de Desarrollo Agrícola y Agroecología
- Asunto : Solicita otorgar permiso a nuestra estudiante Rodríguez Cáceres  
Verónica Regina, para obtener información para la sustentación de su Tesis  
para el Título de MAESTRA EN GESTION PUBLICA
- Referencia : Carta N° 1270-2022-OCV-VA-EPG-F01/J
- Fecha : Lima, 09 de enero de 2023

Me dirijo a usted, en relación al documento de la referencia mediante el cual la Doctora Estrella Esquiagola Aranda, Jefa de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejos nos solicita otorgar a usted un permiso, a fin de recabar información del MIDAGRI para que desarrolle su trabajo de investigación para la sustentación de su Tesis en el Programa de MAESTRIA EN GESTION PUBLICA.

Al respecto, el suscrito aprueba dicha solicitud para que pueda obtener información de la DGDA-MIDAGRI, para los fines indicados en el documento en mención.

Atentamente,



Firmado digitalmente por MORENO  
MORALES Jorge Isau FAU  
20131372931 hard  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 09.01.2023 09:30:45 -05:00

Director General  
Dirección General de Desarrollo Agrícola y Agroecología



## CONSTANCIA

La Jefe Nacional del Centro de Idiomas  
de la Universidad César Vallejo

### Hace Constar

Que el(la) Sr.(ta) **RODRIGUEZ CACERES, VERONICA REGINA**, estudiante del Programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la Universidad César Vallejo – Lima Los Olivos; con código N° 7002725410, ha aprobado el curso de 200 horas de INGLÉS POSGRADO EXTRACURRICULAR, obteniendo las siguientes notas:

NIVEL	PROMEDIO FINAL	MES	AÑO	PROGRAMA
INGLÉS I	19 (diecinueve)	enero	2023	(Examen de Competencias)
INGLÉS II	17 (diecisiete)	enero	2023	(Examen de Competencias)
INGLÉS III	17 (diecisiete)	enero	2023	(Examen de Competencias)

Se expide la presente constancia a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

Los Olivos, 12 de enero de 2023

Atentamente,

**Dra. Erica De Paz Berrospi**  
Jefatura Nacional del Centro de Idiomas  
Universidad César Vallejo



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ALEJANDRO SABINO MENACHO RIVERA, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de ferias locales para la participación de los productores agropecuarios, Lima, 2022", cuyo autor es RODRIGUEZ CACERES VERONICA REGINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 15 de Enero del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ALEJANDRO SABINO MENACHO RIVERA <b>DNI:</b> 32403439 <b>ORCID:</b> 0000-0003-2365-8932	Firmado electrónicamente por: AMENACHORI el 15- 01-2023 23:09:44

Código documento Trilce: TRI - 0521088