



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“Razones de creación de un centro de capacitación para la
internacionalización de productores de banano orgánico. Distrito de
Querecotillo - Sullana 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales**

AUTOR:

Ontaneda Flores, Carlos Alberto(ORCID: 0000-0002-8839-7828)

ASESOR:

Tullume Capuñay, Víctor Raúl(ORCID: 0000-0003-2846-6462)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

PIURA- PERÚ

2021

Dedicatoria

A DIOS todo poderoso por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante, mi familia y todas las personas que quieren lo mejor para mí, gracias por llenarme de sabiduría perseverancia y salud para continuar en la contante lucha y lograr tan apreciado momento, A mis compañeros quienes me brindaron su apoyo en el camino sin esperar nada a cambio compartiendo sus conocimientos, experiencias y alegrías y a todas aquellas personas que durante esta fase de vida estuvieron animándome y así lograron que con mucho sacrificio todo fuera posible

Agradecimiento

Gracias a Dios por permitirme culminar la tesis, le agradezco a mi familia por brindarme su apoyo en este largo camino. A mi madre, mi abuela, y mi tía por proporcionarme la mejor educación y lecciones de vida; en especial a mi madre por enseñarme que con esfuerzo y trabajo todo se consigue, en general gracias todos porque de una u otra manera me apoyaron en el camino, también a mi amigos de clase por el apoyo brindado para lograr mi meta. Gracias a la vida porque diariamente me manifiesta lo justa que puede llegar a ser; A mis maestros por brindarme la posibilidad de cumplir con el desarrollo de esta tesis me siento agradecido por confiar en mí persona.

No ha sido nada fácil el recorrido, pero gracias a sus a contribuciones y apoyo los obstáculos para lograr esta meta han sido más fáciles de superar. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes.

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice.....	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. Introducción	1
II.Método	17
III.Resultados	23
IV.Discusión	55
V.Conclusiones	61
VI.Recomendaciones	62
Referencias	63
Anexos	68

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las razones por la cuales es factible la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo. Lo cual se analizó en dimensiones: situación actual de los productores de banano orgánico, las exigencias de los productores respecto a las deficiencias que presentan y un FODA de los pequeños productores.

Se realizó la investigación bajo un enfoque cualitativo, el diseño es no experimental porque se realizó la manipulación deliberada de las variables y de corto transeccional porque el instrumento una sola vez.

La información recogida a través de la aplicación de cuestionarios, fue ordenada y clasificada para proceder a la elaboración de tablas y figuras, para ser interpretadas, llegando a la conclusión que la propuesta para la creación del centro de capacitación es viable para los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

Palabras claves: Creación, calidad, internacionalización.

Abstract

The general objective of this research was to determine the reasons why it is feasible to create a training center for the internationalization of small organic banana producers in the Querecotillo district. This was analysed in terms of the current situation of organic banana producers, the requirements of producers with regard to their shortcomings and a SWOT of small producers.

The research was conducted under a qualitative approach, the design is non-experimental because it was performed the deliberate manipulation of the variables and transectional short because the instrument only once.

The information collected through the application of questionnaires, was ordered and classified to proceed to the elaboration of tables and figures, to be interpreted, reaching the conclusion that the proposal for the creation of the training center is viable for small organic banana producers in the district of Querecotillo.

Keywords: Creation, quality, internationalization.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Según lo que expresó la Ex – Ministra de Comercio Exterior y Turismo Magali Silva(2016) en la página oficial del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) “Perú es un país destacado por su principal oferta de productos orgánicos. En tiempos actuales los involucrados se sienten alarmados por su salud y por los alimentos que colaboran con su dicha como la quinua, la maca, el sachu inchi, y muchos otros más .Así mismo manifestó que este país es uno de los importantes productores de alimentos orgánicos en todo el mundo, muchos de estos productores realizan sus actividades en base a procesos tradicionales, generando que haya un alto índice de merma y que el producto sea no apto para exportar, esto a causa de que no existen instituciones especializadas en los lugares de producción que apoyen a los productores con la enseñanza y capacitación de procesos tecnológicos los cuales son beneficiosos para incrementar de la productividad, por ello se pretende identificar razones por las cuales la creación de un centro de capacitación sería factible, con la finalidad de acrecentar la cantidad de producción de fruta exportada y como consecuencia obtener una mejora económica para los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

Por otro lado, actualmente se ha visto el acrecentamiento en la demanda de dichos productos a nivel mundial a causa de las nuevas tendencias del consumidor al exigir productos sanos e inocuos y así contribuir con la sostenibilidad alimenticia y el cuidado del medio ambiente; el Perú es un potencial proveedor de dichos producto, siendo uno de los productos bandera, el banano orgánico producido en el distrito de Querecotillo, sin embargo un problema que aqueja a los agricultores es el alto porcentaje de descarte respecto a lo que se produce, el cual puede llegar hasta un 30%.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (2011, pág. 4) sostiene que existe aproximadamente 1/3 de la producción en el mundo que se malgasta en la cadena de suministro lo que conjetura 1.300 millones de toneladas al año, los suministros no se aprovechan en todos los períodos de sus

procesos ya que desde su extracción hasta la puesta en manos del consumidor final, esta pérdida genera un gasto importante para la empresa.

En el Perú la merma del banano orgánico tiene un elevado porcentaje, debido a la falta de capacitación que reciben los agricultores para el mantenimiento de las plantaciones desde la siembra hasta la cosecha, un buen mantenimiento es esencial para obtener una producción de calidad. Según las investigaciones ejecutadas por la FAO, en el Perú la merma de productos agrícolas es la mayor del mundo, siendo mayor en los productos frescos; entre la variedad de productos tenemos a la papa, el banano y el tomate, los más afectados son los productores de nivel socioeconómico bajo porque sus ingresos dependen de que tan beneficiosa sean sus cosechas.

Además, existe una amplia lista de problemas, para unos especialistas la salida reside en arreglar los sistemas de clasificación, uso pertinente de las labores de cosecha, es decir el exagerado manejo del producto, mejor calidad y medidas de los envases, además de problemas externos como los constantes cambios de temperatura que actúan directo sobre las plantas provocando que el fruto no pueda ser exportado.

En el distrito de Querecotillo que pertenece a la provincia de Sullana departamento de Piura, existe la producción del llamado oro verde que se refiere al banano orgánico, este es un producto con una alta demanda internacional, es cultivado por los pequeños productores de la región que forman una asociación para reunir un alto volumen y poder exportar, el problema es que existe un aproximado del 30% del total producidos que es descarte (producto no apto para la exportación que no reúne las medidas o los tipos de calidad que solicita el mercado internacional) generando que los productores obtengan un bajo beneficio económico sobre la actividad respecto a la inversión realizada porque el producto que no se exporta es comercializado a nivel nacional, reduciendo considerablemente el precio en comparación al precio de exportación.

1.2. Trabajos previos

Trabajos previos Regionales

Salas (2016) en el informe titulado “El rol de la asociatividad en la participación comercial de los productores agrarios para el caso de Piura”, planteó como hipótesis de trabajo que hay discrepancias de género en el progreso productivo y en la colaboración en compañías. Se cree al mismo tiempo toparse una relación entre colaboración comercial y participación pero que permita variar según las características del productor agrario. Se llegó a las conclusiones: A) Se realizaron diversas estimaciones para identificar el rol que cumplen las sociedades de productores en la colaboración comercial de los productores agrarios en la región de Piura. Por un lado, como lo propone Inurritegui (2006) en el caso de Piura formar parte de una asociación aumenta las ventas en el mercado exterior, pero, por otra parte, se vincula negativamente con las ventas determinadas sólo al mercado nacional. B) Se encuentra también que el signo de las asociaciones cambia cuando se toma en cuenta el tamaño de la unidad agropecuaria. Los resultados exponen que, para los pequeños productores, la asociatividad se encuentra vinculada negativamente con las ventas en el mercado nacional, pero aumenta las ventas en el mercado exterior. Mientras que para los medianos y grandes productores, ser miembro de una asociación acrecienta su participación en el mercado exterior pero es no representativo para manifestar su participación en el mercado nacional.

Otárola (2016) en la investigación sobre “los Factores para el mantenimiento de certificaciones en las asociaciones exportadoras de banano orgánico de Querecotillo, Piura hacia Europa” considerando como hipótesis: los factores que le aceptan a las asociaciones conservar la certificaciones son el rastreo del banano que ejecutan los agricultores, la elaboración de inspecciones por un personal calificado y aporte de sus áreas internas, cumpliendo con los requerimientos de la agricultura. La investigación cuenta con instrumentos cualitativos y flexibles, lo cual es muy favorable para la investigación, mientras que el instrumento cuantitativo se usó. Concluye que: a) Para la agricultura orgánica, no se tiene que sembrar en zonas declaradas como reserva forestal o con riesgo de erosión. Además, se sitúan barreras de protección, control de malezas y de enfermedades para sostener el cultivo. B) Se estima en el 2012 que un agricultor orgánico adquirió ingresos mensuales de S/. 2,598.40, por ceder en

promedio 160 cajas a un precio S/. 16.24. Alemania y Holanda son los primordiales cargos de exportación y la producción se da durante todo el año, siendo entre los meses de enero y abril los de mayor producción.

Trabajos previos Nacionales

Romero (2015) en la tesis titulada “Estudio de mercado para la creación de un centro de capacitación de alta gerencia en la ciudad de Chiclayo” se consideró como objetivo principal determinar el mercado potencial para la creación de un Centro de Capacitación de alta gerencia en la ciudad de Chiclayo; según sus conclusiones: A) Luego del análisis y la interpretación de los datos obtenidos de la tesis, se consiguió demostrar que coexisten clientes viables en la ciudad de Chiclayo hacia la creación de un Centro de Capacitación Gerencial, puesto que la apreciación sobre el pensamiento de exponerlo mayormente es aprobada como una gran idea y muy buena, lo que favorecería esta proposición de acción. Además, se consiguió determinar que existe un mercado descontento, de los ejecutivos encuestados indicando que la última capacitación a la que acudieron la consideraron como mala e impasible. B) El perfil del potencial alumno en el cual se debe apuntar el servicio es de ejecutivos de más de 28 años de edad con una experiencia laboral no menor de 3 años, con cargos ejecutivos o directivos.

Trabajos previos Internacionales

Alonso y Matta (2011) en el Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administradoras de Empresas “Impacto de la capacitación en los niveles de satisfacción laboral, aprendizaje, desempeño y desarrollo de carrera individual en el personal nacional (nrs) de las áreas de investigación del centro internacional de agricultura tropical CIAT – año 2010” consideran como objetivo general medir el Impacto de la capacitación en los niveles de satisfacción laboral, aprendizaje, desempeño y desarrollo de carrera individual en el personal nacional (nrs) se concluyó que: a) los resultados del Chi Cuadrado $X^2 = 13.962$ supera $\alpha = 0.05$, se acepta la hipótesis H_1 , es decir la Capacitación se vincula con el nivel de satisfacción laboral en el personal nacional de las áreas de investigación.

Girón (2016) En el trabajo de titulación “El análisis de la gestión comercial como ventaja competitiva entre grandes y pequeños productores bananeros de la ciudad de

Machala” presenta como objetivo general investigar la gestión comercial como ventaja competitiva. Se realiza bajo el método deductivo – inductivo, en la que se emplea la investigación científica, donde de varios puntos escogidos se generará un punto general que nos servirá para poder cumplir con los objetivos propuestos de este trabajo, entre las técnicas utilizadas para la realización esta investigación encontramos la técnica de investigación bibliográfica que consta en analizar un determinado problema, otra técnica que se utilizó es la exploración de campo. Se obtuvo como conclusión: A) Que para determinar de la eficiencia de la gestión comercial se le hace a través de la implementación de indicadores que ayuden a medir con mayor facilidad y de manera más precisa si se cumplen o no con los subjetivos de producción propuestos; los grandes productores lo realizan mediante una división de las cajas exportadas sobre las cajas realizadas, en cambio a los pequeños productores se lo realizara a través de la división de las cajas realizadas sobre las presupuestadas. Y B) Al hablar de ventaja competitiva hablamos de una ventaja en cualquier aspecto que haga diferenciar a un sector de otro, la necesidad de ayudarse mutuamente se ha convertido en una ventaja competitiva, pero individualmente según los resultados la ventaja que se haya en los grandes productores es la facilidad que tienen de producir y explorar la fruta por su propia empresa sin necesidad de buscar terceros, es muy diferente a lo que pasa con los pequeños productores pero en estos la ventaja competitiva es que ellos necesitan mucho control de como fitosanitario o agro calidad.

Bustamante (2017) en el trabajo de titulación con el título “Asociatividad como modelo para la internacionalización de los pequeños productores de banano en el oro-Ecuador”; plateo como objetivo principal: Identificar los tipos de asociatividad que se ajustan al sector bananero en el Ecuador. La investigación es de carácter transversal, puesto que se recolecto los datos en el presente año y una sola vez. La muestra corresponde a los pequeños productores de banano ubicados en la provincia del El Oro-Ecuador en los cantones El Guabo, Barbones y Machala. Se llegó a las siguientes conclusiones conclusión: A) Los modelos asociativos representan una opción eficaz para las pymes que desean incursionar en el mercado exterior. B) Red empresarial puede representar un modelo que aborda y redefine el apoyo colectivo y eficiente a diferencia de otros modelos de asociatividad.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Centro de capacitación

Definición de la capacitación, Romero (2015) menciona a Simón Dolan, la formación del colaborador consta de en un grupo de acciones cuya intención es optimar su beneficio presente o futuro, incrementando su capacidad por medio del avance de sus conocimientos, habilidades y actitudes. El programa de formación incluye ofrecer instrucciones, que luego posibiliten al trabajador a desarrollar su labor y sea capaz de solucionar las dificultades que se expongan durante su desempeño. Ésta trasciende en el individuo de dos formas diferentes:

Aumenta su nivel de vida: La forma inmediata de lograr esto es por medio de la mejora de sus ingresos, a través de esto tiene la conformidad de conseguir un superior lugar de trabajo y aguardar a un superior sueldo.

Aumenta su productividad: dicho beneficio es obtenido para ambas partes dando entender que tanto empresa y empleado se verán favorecidos.

Por otro lado, Según Romero (2015); la capacitación cuenta con los siguientes beneficios:

Conduce a rentabilidad más elevada y a cualidades más provechosas.

Progresar el conocimiento del lugar a todos los niveles.

Crea una imagen mejor.

Mejora el vínculo entre jefes-subordinados.

Se impulsa la constante comunicación a toda la organización.

Disminuye la tensión y concede el manejo de áreas de conflictos.

Se apresuran la toma de decisiones y la solución de problemas.

Fomenta el desarrollo con vistas a la promoción.

1.3.2. Internacionalización

Según Sarmiento (2014); la estrategia debe verse como una forma de aplicación de actividades que buscan el logro de objetivos de parte de las organizaciones.

También son planes que exigirán a los dirigentes asumir riesgos y responsabilidades en busca de objetivos previamente definido.

Asimismo, manifiesta que la táctica como un Programa, se transforma en un desarrollo de acto determinado cuidadosamente, una pauta para confrontar el entorno. También, es una regla de acción conducida a destruir a un contrincante o enemigo. Es un jefe que encamina la conducta en el desarrollo de los hechos de una institución, firmeza en la conducta, a pesar de no ser premeditado. Implanta una postura que determina la ubicación de la entidad en el contexto que se desenvuelve (tipo de negocio, segmento de mercado, etc.). A su vez se observa como un panorama que vincula a la organización con su ambiente exterior, la cual la lleva a acogerse a ciertos cursos de actos o acciones.

El establecimiento de tácticas de entidades que forman parte de los países cuya economía se encuentra en desarrollo y aquellos países emergentes, sobrellevan a cierta sucesión de reflexiones vinculadas con la probabilidad de que accedan involucrarse en otros países, obteniendo ventaja de la circunstancia de la intensa crítica que exhiben hoy en día dichas economías.

Dichas especulaciones, forman parte de mercados internacionales debiendo ocultar diversos contextos. En un principio podríamos interrogarnos si las entidades que se integran a países con economías en desarrollo y emergentes podrían ser entidades completas debiendo de dirigirse a métodos globales, anticipada evaluación de contar con los requisitos para luchar victoriosamente, de caso contrario se condicionaran a internacionalizarse, siendo ésta la alternativa más apropiada, menos peligrosa e involucrada. En esta situación, ejercerían internacionalmente distinguiendo y tomando en cuenta como etapa de su aprendizaje.

Indiscutiblemente la inquietud de saber qué prototipo de entidades lo harían: grandes empresas o pymes. Otra inquietud que nace es saber si los directivos cuenta con la disponibilidad, mentalidad y aspectos para actuar y proceder al interior de entidades globales.

Según Araya (2009) citando a Galán, Galende, González (2000), quienes expresaron que la Estrategias de internacionalización bajo el tratamiento o enfoque estratégico, la internacionalización de entidades es el resultado de la acogimiento de

un sin número de estrategias en las que se toman en cuenta tanto los recursos y capacidades de la empresa de la misma manera se consideran las oportunidades y amenazas del entorno. La internacionalización de empresas consta en el proceso por el cual una entidad forma de la realidad de la globalización, es decir, la manera en que la organización destina sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y origina flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre diversos países.

Por otro lado Villarreal (2005) la internacionalización de la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea define a la Internacionalización de la Empresa como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, por medio de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que perjudica progresivamente las actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa. Esta definición es nuestra idea conceptual y, por tanto, este significado de la internacionalización de la empresa, constituida a partir de una serie de componentes principales, que se ven reflejadas en desiguales enunciaciones desarrolladas y que son resaltantes por aquellos autores por medio de su expresión formal y de la circunstancia propuesta.

Según Sarmiento (2014) toda exportación consigue estimarse como la habilidad más empleada para incorporar a los mercados extranjeros. Es un inicial período en el proceso de largo plazo que corresponden ejecutar las empresas para estabilizarse internacionalmente. Incluso, de manera tradicional, ha constituido parte de teorías del comercio internacional y de políticas económicas que se dirigen a la creación de incitaciones para aumentar su volumen.

Dichas exportaciones pueden ser directas o indirectas. Directas, cuando es la misma entidad quien se ocupará de todo, es decir, recubrirá las etapas de mercadeo y comercialización de sus productos. Tiene como ventajas agilizar el control de sus actividades y sacar el mayor provecho de su conocimiento. Puede considerar tal pérdida la alta subordinación a dichas entidades.

Las exportaciones, en especial las indirectas, se componen en la mejor herramienta que poseen pequeñas y medianas empresas que están deseosas de ser integrantes activas dentro del mercado internacional, principalmente por sus limitados

recursos y conocimientos, que les exige estar en función de entes especializados en los procesos de cumplimiento de requisitos legales, mercadeo y comercialización.

Entre los tipos de estrategias usadas para ayudar la participación en mercados internacionales tenemos a las licencias y las franquicias. Las licencias son convenios contractuales en el cual un licenciado extranjero consigue los derechos para producir los bienes de una entidad en su país a cambio de una tarifa acordada. En este caso, el licenciado debe colaborar la mayor parte del capital para que se consigan ejecutar las actividades. Son muy usadas por el bajo riesgo que puede ocasionar la utilización de sus recursos. Sin embargo, se asigna como desventaja que se pueda tener entrada a una tecnología desconocida en el país donde se desempeñará el negocio.

Razones por las cuales las empresas desarrollan procesos de internacionalización

Según Rueda (2008, pág. 52), en su artículo de investigación “Los procesos de internacionalización de la empresa: causas y estrategias que lo promueven” El imponente fenómeno de la globalización es una realidad que estimula cada vez más a que las empresas de todo el mundo reconsideren sus procesos de producción y comercialización en repetición de sus líneas de producto. La busca de modelos más productivos que admitan reforzar las actividades comerciales locales y aceptar a nuevos mercados extranjeros, se transforma en uno de los fines más esenciales a seguir por las organizaciones del tercer milenio.

La transformación de diferentes conceptos económicos que van en principio fundamentados en las ideas de A. Smith (1776) y D. Ricardo (1800), hasta las más actuales como las M. Friedman (1950) o I. Fisher (1938); que discrepan los principios de que el poder y riqueza de los estados es originado por el potencial de capital económico de sus empresas, las ventajas comparativas y la libertad de los mercados en los cuales se desarrollan; es claro que el intercambio comercial internacional suele ser una de las maneras más efectivas en la actualidad.

El comercio internacional, juzgado por algunos y querido por otros; es un anómalo monetario y social que asumió sus estrenos serios en los años 50 finalizada la segunda guerra mundial, y que se estableció con la firme finalidad de crear una estructura de mercados global que ayudará el crecimiento económico de las naciones

del mundo durante la época de la posguerra. Por medio de la internacionalización de sus productos en mercados no tan competitivos, hallaron una forma más eficiente de propagar y producir nuevos recursos económicos.

Fases para el proceso de internacionalización

Según Rueda (2008, pág. 56) en su artículo de investigación “Los procesos de internacionalización de la empresa: causas y estrategias que lo promueven”. Expresa que, dicho proceso de una entidad permitiría generalizarse a partir de cuatro etapas o pasos. Según Rueda existen 4 fases para la internacionalización, **Primera Fase:** La forma más usual que desarrollan las organizaciones para empezar sus procesos de internacionalización. Esto incluye que la demanda del producto debe ser atractiva en términos de nuevos ingresos para la compañía y/o la de fortalecimiento en el mercado, Esta situación puede estar relacionada al hecho de que la compañía tiene una capacidad establecida y esta es superior a la demandada solicitada en el mercado local, y con el ánimo de lograr mayores niveles de competitividad intentando adaptar modelos de economía de escala hallando nuevos horizontes comerciales; en la Segunda Fase: Vinculado mucho con el proceso de internacionalización, las ocasiones de negocios dadas por alguna circunstancia especial en el mercado foráneo (impuestos, aranceles, incentivos, etc.), pero en el cual los productos fabricados hoy en día por la compañía para su mercado local no satisfacen las necesidades de los entornos de demanda en el país extranjero; además en la tercera Fase: Se puede dar la situación de que la compañía al percibir los comportamientos ascendentes de la demanda externa y los beneficios que esta le puede representar y generar, tome la decisión de comprar o construir instalaciones propias dentro de las fronteras del país extranjero para desarrollar sus procesos fabriles. Esta decisión se relaciona al hecho de que al contar con nuevas instalaciones en el exterior, se consiga reducir sus costos de fabricación tales como pueden ser los costos de la mano de obra necesaria. La toma de este tipo de decisiones frecuente ser común cuando existen beneficios altamente significativos vinculados al descenso de costos y/o gastos comparándolo al medio local. En ciertas ocasiones, un motivo adicional para el cambio de instalaciones y procesos, puede estar agregados a las condiciones del país local.

Estrategias comerciales

Según Contreras (2013, pág. 157) en su artículo El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica Pensamiento & Gestión, núm. 35, julio-diciembre, 2013 expresa que en algunas ocasiones se usan la palabra estrategia para hacer que están conducidas a entablar una manera de pensar o de realizar las cosas. Cotidianamente, la expresión estrategia es utilizada para revelar, para que de tal forma ciertos actos vayan enlazados y tengan cierto vínculo. Algunas personas unen la estrategia con la astucia y la malicia que cada ser humano tiene como don natural con la finalidad de lograr algún beneficio.

La utilización de la palabra estrategia se ha diversificado a todos los campos, desde el militar, pasando por el político, administrativo, económico, religioso, cultural y social y, en cada uno de estos, se ha establecido de tal manera que se establezca en un referente por la forma en que se ha utilizado.

Por otro lado, Contreras citando a Jackson (2011, págs. 61-63) , quien expresa alcanzar la implementación hechos comerciales con victoria las cuales podrían ser complicadas. Y asevera: “Me conmuevo de solo especular que demasiadas habilidades empresariales se plantean cada año – apresados en salas de juntas y salas de conferencia – y que en tiempos reales nunca se pondrán en uso”.

Habitualmente se cree que la ejecución de la habilidad en el ambiente corporativo no es tan difícil. Los “titanes” en los negociados de la esquina sencillamente instauran el plan, y el resto de la organización se pone en línea, ¿no? Realmente, esto no funciona así. Por un lado, la gran parte de los líderes empresariales se rehúsan aceptar variaciones en las empresas. Las personas no toleran los cambios ¡sobre todo el planeado! – Y lo más trágico es que al empezar una nueva estrategia, es muy probable que genere oposiciones en la organización.

Por último, expresa Contreras (2013, pág. 159) La táctica de una entidad consigue ser mejor que la de otra empresa sin concernir la dimensión, no irreparablemente tiene que ser lo más grandioso para poder sobresalir. Lo esencial es que se tengan determinados los objetivos a los cuales se dirigen, se cuenta con el conocimiento y los anhelos de llevar a cabo el proyecto hacia adelante. De caso contrario, son los pequeños inversionistas los que son más intrépidos e invierten para

tratar de sacar adelante sus proyectos. Relacionado al concepto anterior del tamaño, de pequeñas y grandes empresas, las Pymes cada día más forman parte de esa gran torta que es el mercado. Las grandes corporaciones empresariales, especializadas en mercados objetivo más extensos, los cuales han dejado de lado, por decirlo así, la preparación de productos conducidos a fracciones pequeñas de la población.

1.3.3. Creación de una agencia de capacitación:

Creación de valor compartido

Forero (2012) en su artículo “Creación de valor compartido” expresa que la definición de cuantía colaborado se puede conceptualizar como las prácticas y políticas que refinan las estrategias de competitividad, en las cuales la empresa y la comunidad se interrelacionan para lograr un beneficio común.

Porter y Kramer (2011), proponen que las compañías tienen la capacidad de crear valor compartido de las siguientes maneras primarias: Reinventando los productos y mercados (mercados existentes de mejor calidad, productos innovadores).

Asimismo pueden establecerse mejorando los productos de la cadena de valor en: la calidad, cantidad, costo y confiabilidad, los procesos de producción y sistemas de distribución, de la misma manera que proceden como dirigentes de los recursos naturales.

La creación del éxito económico y el valor social no son sólo una responsabilidad, sino una gran conveniencia para las entidades. En los años 70, los fundadores de la empresa Hewlett Packard ya llevaban pensando sobre la responsabilidad corporativa, ya que tenían en mente que la mejora de la sociedad no era trabajo para algunos, sino una responsabilidad para todo el mundo.

El mundo está orientado a los grandes desafíos sociales, económicos, y ambientales. Las organizaciones, a través del sector público, no lucrativas, multilaterales y privadas, están esforzándose para esquivar que se extienda la pobreza y desnutrición y de la misma forma del cambio climático.

Hasta hace poco tiempo, el compromiso colectivo era distinguido como un costo para la empresa. Pero las empresas se están dando cuenta de que, mediante

la creación de valor compartido, pueden favorecer a la comunidad al mismo tiempo que potencian su competitividad.

El valor compartido se conceptualiza como un completo y nuevo conjunto de mejores prácticas que todas las compañías deberían adoptar y esto, al mismo tiempo se convertirá en una parte integral de la táctica. La esencia de la estrategia es elegir una postura única y una cadena de valor distintiva que lo refleje.

Además, las preeminencias competidoras que broten de la creación de valor compartido, probablemente serán crecidamente sostenibles que las mejoras convenidas en costo y calidad. El ciclo de la imitación y el juego de suma cero pueden quebrarse. (Porter y Kramer, 2011).

Desarrollo local

Juárez (2013, págs. 9-28) en el artículo titulado: Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial de la revista "Líder" expresa que generalmente, el incremento local procura situar como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, impulsando en su esfera diaria las capacidades de los individuos. Es un enfoque y una práctica que persigue aumentar el desarrollo endógeno, la auto-organización y el bienestar social, para lo que requiere tanto de la participación colectiva como de la intervención individual. Entre las personas para poner en valor las riquezas de las que dispone Pecqueur, B. y Colletis, G.; (1995) tales autores hicieron aparecer la territorialidad como recurso estratégico de los actores económicos integrando un espacio de proximidad Réquier-Desjardins, D. (1998), eligiendo cuatro elementos que lo fundamentan: el sentimiento de pertenencia. Otros autores tales como Caravaca (1998) valoran el espacio local como elemento único para conseguir un sistema sin competencia: "el entorno contribuye, pues, a provocar el dinamismo socioeconómico y en la lógica global de las redes, permite comportarse a determinados espacios como ganadores o emergentes", solamente se puede derivar del carácter único del espacio, estas son las ventajas competitivas que debe aprovechar todo espacio local (Benko, 2000, pág. 13).

Según Dollfus (1975) mencionado por Juárez (2013); el espacio anclado a un territorio donde se desarrolla la vida cotidiana es el "espacio local". El propósito de Dollfus está presente en muchas de las propuestas para comprender el concepto de

lo local. Una de ellas es la seguida por Albuquerque (2002) que determina un análisis teórico de la economía y el territorio. Esta idea dollfuniana comprende una realidad diaria, que se relaciona con el concepto de la calle. La realidad local es concebida. La definición de local se asocia con la parte que pertenece a un territorio (Millán Escriche, 2003, pág. 55) y el desarrollo como la mejora del mismo. Por eso se entiende que autores como Arocena lo tomen como la única posibilidad de supervivencia y mejora.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema general

¿Será beneficiosa la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico de distrito de Querecotillo?

1.4.2. Problemas específicos

¿Existe un desconocimiento de la situación real de los productores de banano orgánico en el distrito de Querecotillo?

¿Se desconocen las exigencias técnicas requeridas por los pequeños productores en lo que respecta a los servicios que debe brindar el centro de capacitación?

¿Las fortalezas y debilidades de los productores influyen sobre la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los productores de banano orgánico?

1.5. Justificación del estudio

La investigación se justifica de forma técnica porque intenta atestar algunos vacíos, dentro del ámbito de estudio por el problema que enfrentan los productores por el hecho de que la fruta que producen no es la adecuada para poder ser exportada. Por tal motivo se ven obligados a vender al mercado nacional donde el precio es reducido en comparación al precio de exportación por ello se busca con el presente trabajo que los productores tengan un apoyo técnico mediante la creación del centro de capacitación donde reciban asesoramiento para que su producción pueda ser exportada la falta de inserción de los productores al proceso de

exportación ya que de toda su producción solo una parte del volumen cumplen los estándares de calidad internacionales, a causa de esto existe un alto porcentaje de descarte o producción que solo se puede comercializar en el mercado nacional, esto produce una significativa disminución del precio.

Asimismo, tiene también una justificación práctica al presentar algunas soluciones que permitirán la disminución del alto volumen de descarte con el fin de que los productores obtengan el mayor beneficio de su producción mediante la exportación y por ende aumentar la participación del Perú. Por otra parte se justifica de manera metodológica ya que la forma de cómo se plantea esta investigación servirá como referencia a empresarios, profesionales e investigadores que buscan repotenciar la actividad de exportación de los muchos productos que tiene el Perú ya que existe una alta demanda el mercado internacional, además de determinar la relación existente entre, la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, ya que de ellos depende que el consumo del producto sea mayor por ello debe lograr un alto nivel de satisfacción para que cataloguen al banano orgánico peruano como el mejor del mundo, ello se lograra con el trabajo conjunto entre los agricultores, el apoyo del estado y la participación de los profesionales en la materia, con esto se busca contribuir con la sociedad para que logren satisfacer sus necesidades y la mejorar de la calidad de vida.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Es factible la creación de un Centro de Capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

1.6.2. Hipótesis específicas

El diagnóstico de la situación real de los productores es determinante para lograr la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

El conocimiento de las exigencias técnicas requeridas por los pequeños productores orienta a un servicio eficiente por parte del centro de capacitación.

La identificación de fortalezas y debilidades son necesarias de conocer para la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo, puede ser factible.

1.7. Objetivos de la Investigación

1.7.1. Objetivo General

Determinar las razones por la cuales es factible la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

1.7.2. Objetivos específicos

Efectuar el diagnóstico de la situación actual de los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

Identificar las exigencias técnicas de los productores en lo que respecta a los servicios que debe brindar el centro de capacitación.

Identificar las fortalezas y debilidades de los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de la investigación

El presente trabajo de investigación es no experimental ya que no se manipulan deliberadamente las variables porque se describirán de la manera como se desarrolla en el medio solo de forma descriptiva. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2015).

El tipo de estudio que se adecúa al proyecto de investigación es estudiada y de campo ya que los instrumentos permiten recoger los datos a través de encuestas que serán aplicadas a los productores de cacao y explicativa porque se basa en explicar el por qué ocurre el fenómeno según Hernández et al. (2015)

El enfoque es de nivel cualitativo, Hernández et al. (2015) indica que el enfoque cualitativo maneja la recaudación de datos sin cálculo numérico para describir y mejorar preguntas de investigación pudiendo no corroborar hipótesis en su proceso de interpretación.

2.2. Variables, Operacionalización

Variable independiente: Centro de capacitación.

Variable dependiente: Internacionalización.

Tabla 1: Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición
VI. centro de capacitación	La capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar el talento humano al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes.	Formulación de la capacitación. Identificación de organizaciones para la capacitación. Presentación para la capacitación. factores externos	Documento Investigación Verificación del estudio Desastres naturales a causa del cambio climático	Nominal
VD. Estrategias de internacionalización	Es una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, (VILLAREAL)	Nivel de la cultura exportadora Cultura organizacional Oportunidades de negocios Identificación del mercado Calidad del producto	Conocimientos Misión y visión Capacidad de oferta Capacidad de demanda Estándares internacionales	Nominal

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

Población

Es el grupo general de individuos, objetos o medidas que conservan cualesquiera peculiaridades comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

En el presente proyecto de investigación la población estará constituida por los productores pertenecientes a la Asociación Valle del Chira (AVACH) del distrito de Querecotillo, en los cuales se realizará el análisis correspondiente a las exigencias de nuestro trabajo de investigación. Se indica que esta asociación está conformada por un número total de 569 pequeños productores. De los cuales 161 productos son residentes en Querecotillo y serán base para el cálculo de la muestra.

Muestra

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se elija estar en manos de de la calidad y cuán representativo se quiera sea la tesis de la población. (Hernández, 2014)

Se determinará el tamaño de la muestra con ayuda de una fórmula estadística.

Población finita grande: variables cualitativas

$$m = \frac{N * Z^2 * \pi * (1 - \pi)}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * \pi * (1 - \pi)}$$

M: muestra

N: Tamaño de población

Z: Nivel de confianza 95%

E: Error de estimación 5%

Π: proporción poblacional = 0.5

NC	Z
90%	1,64
95%	1.96
99%	2.57

$$m = \frac{161*(1.96^2)*0.5*(1-0.5)}{(161-1)*(0.05)^2+(1.96^2)*0.5*(1-0.5)}$$

$$m = 113.6609821$$

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas

Aquellos recursos manejados para la recolección de averiguación, ejemplo las encuesta, observación y la entrevista (Rodríguez, 2010)

La técnica a emplear será la encuesta que se realizara a los productores de banano orgánico.

Verificar el diagnóstico del contexto actual de los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo. Para dicho objetivo se utilizará una encuesta realizada a los que producen banano orgánico del distrito de Querecotillo.

Identificar las exigencias técnicas de los productores en lo que respecta a los servicios que debe brindar el centro de capacitación. Para dicho objetivo se utilizará una encuesta realizada a los que producen banano orgánico del distrito de Querecotillo.

Identificar las fortalezas y debilidades de los que producen banano orgánico del distrito de Querecotillo. Para dicho objetivo se utilizará una encuesta realizada a los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo. Para dicho objetivo se utilizará una entrevista realizada al jefe de operaciones de la asociación Valle del Chira (AVACH) del distrito de Querecotillo.

2.4.2. Instrumento

Es la herramienta o elementos que combinado adecuadamente permiten la realización de funciones tales como la medición. Un cuestionario para encuestar debe considerar un listado de preguntas. Gómez (2006) señala que elementalmente se contemplan solo un tipo de preguntas: cerradas

2.4.3. Validez

Validez de contenido de los instrumentos se realizó por profesionales en administración, economía, negocios internacionales y del especialista en estadística, quienes mediante su evaluación y análisis la consistencia y coherencia técnica y los objetivos de la investigación pueda ser competente y ejecutado por para el benéfico de la investigación. Para este caso se realizaron 2 encuestas validadas por 4 especialistas en los temas y 1 entrevista de igual manera.

2.4.4. Confiabilidad

La confiabilidad se establece por la opinión de un profesional en estadística Ricardo Armas el cual recomienda utilizar el instrumento como válido y no calculable para la confiabilidad estadística.

2.4.5. Métodos de análisis de datos

Se efectuó un Análisis de encuestas a los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo, Análisis de datos. Análisis bibliográficos.

En el presente proyecto de investigación se empleará para el análisis de datos, el método estadístico mediante el programa SPSS.

2.4. Aspectos éticos

La actual investigación se sostiene en los principios de la ética, por cuanto se ha organizado según los lineamientos académicos determinados por la Universidad Cesar Vallejo - Filial Piura y la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y desempeñando todos los requerimientos académicos determinados para estos fines. Así mismo se indica que se desenvolverá con la aprobación de los implicados.

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

2.5. Recursos y Presupuesto

Los recursos a aprovechar en el actual trabajo de investigación estarán dados por el propio tesista, que permitirán el desarrollo del presente proyecto de investigación.

Tabla 2: Presupuesto de gastos para el proyecto

Partida y sub partida		Descripción	Cant.	Precio unitario	Total
Personal					
Partida	63. Gastos de servicios prestados por terceros	Digitador	1	100.00	100.00
Sub Part.	639.Otros servicios prestados por terceros				
Insumos					
Partida	33. Inmuebles maquinarias y equipos	Cámara	1	500.00	500.00
Sub Part.	336. Equipos diversos				
Partida	33. Inmuebles maquinarias y equipos	USB	1	50.00	50.00
Sub Part.	336. Equipos diversos				
Partida	65. Otros gastos de gestión	Lapiceros	10	0.50	5.00
Sub Part.	65911. Útiles de escritorio				
Servicios					
Partida	63. Gastos de servicios prestados por terceros	Internet			150.00
Sub Part.	6365. Internet				
Partida	65. Otros gastos de gestión	Fotocopias	300	0.05	15.00
Sub Part.	65911. Útiles de escritorio	Impresiones	100	0.30	30.00
		Empastado	3	30.00	90.00
Partida	65. Otras cargas de gestión	Pasajes	4	15.00	60.00
Sub Part.	6598. Movilidad y pasajes				
Partida	63. Gastos de servicios prestados por terceros	Viáticos			1000.00
Sub Part.	6383. Gastos por viáticos				
Partida	65. Otros gastos de gestión	Imprevisto (10%)	10%		100
Sub Part.	659. Otros gastos de gestión				
Total					1100.00

Fuente: Elaboración propia

2.6. Financiamiento

El proyecto de investigación fue financiado por cuenta del responsable y autor del mismo.

III. RESULTADOS

Objetivo específico N°1

Efectuar el diagnóstico de la situación actual de los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

Pregunta N° 1: ¿Cuál es su sexo?

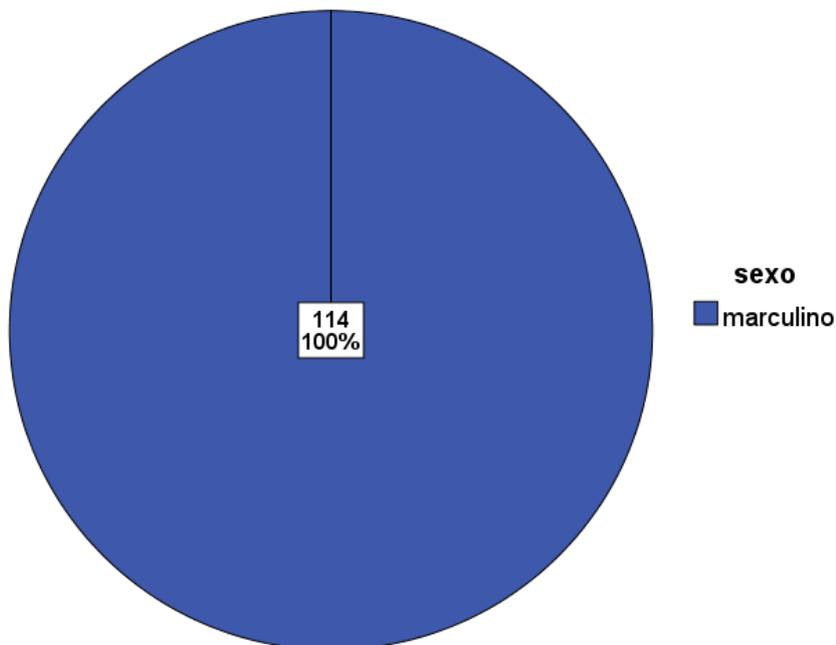
El 100% de los productores encuestados son del sexo masculino.

Tabla 3: Sexo de los encuestados

Indicador	Nº	Porcentaje
1. Masculino	114	100%
2. femenino	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 1: Sexo de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 2: Marque el rango de su edad

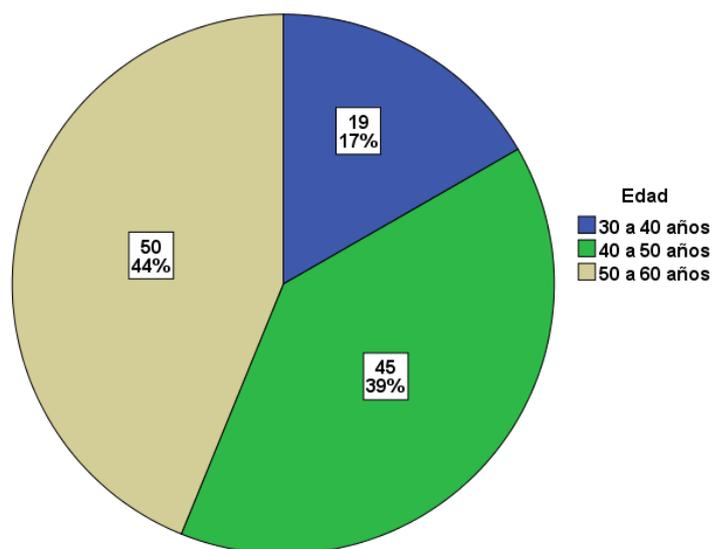
El 44% de los encuestados poseen el rango de edad entre 50 a 60 años por ello se cree que la mayoría de los pequeños productores de banano orgánico son personas de edad avanzada, el 39% de los productores tienen un categoría de edad entre 40 y 50 años y el 17% tiene edades entre los 30 y 40 años los cuales la mayoría de veces son lo hijo que heredan terrenos.

Tabla 4: Rango de edad de los encuestados

Indicador	Nº	Porcentaje
1) 30 a 40 años	19	17%
2) 40 a 50 años	45	39%
3) 50 a 60 años	50	44%
4) 60 a 70 años	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 2: Rango de edad



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 3: ¿Qué razones destaca para que los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo busquen la creación de un centro de capacitación?

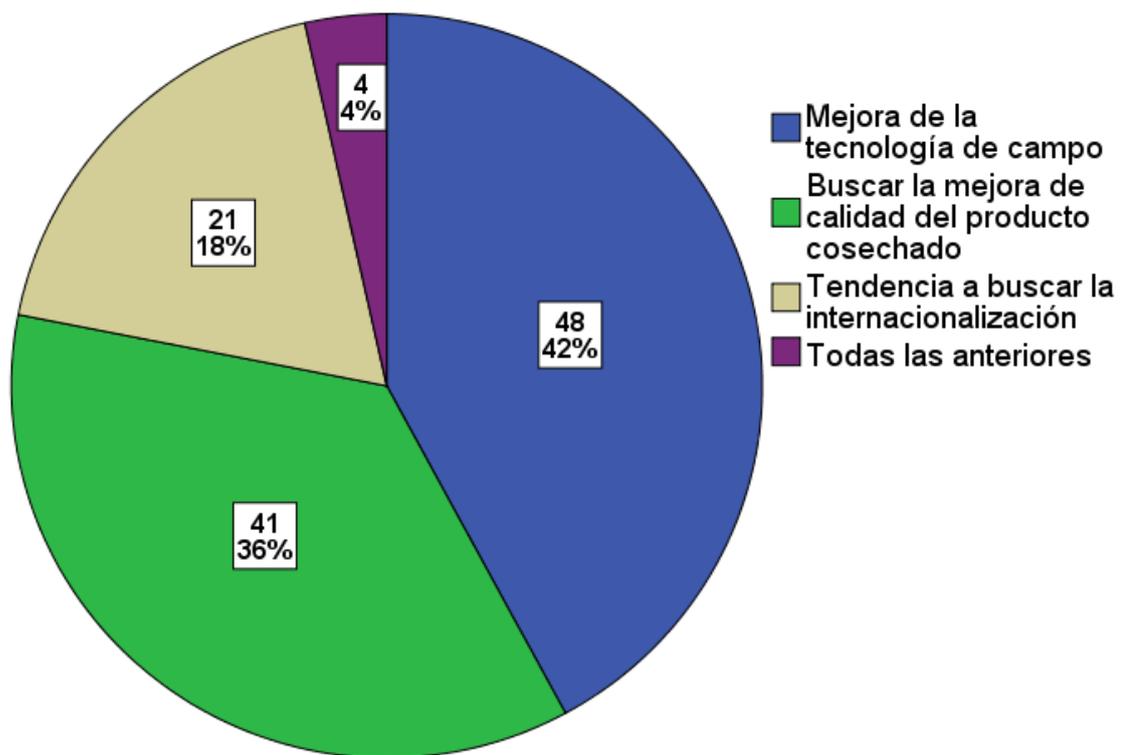
Se puede observar en la tabla 3.1 que el 42% de los productores considera que una de las principales razones para buscar la creación del centro de capacitación es la mejora de la tecnología en el campo, porque con el avance de la misma se crean nuevos procesos que permitirán obtener un producto de calidad que cumpla con los estándares de calidad, además el 36% busca la mejora de la calidad del producto cosechado, por otro lado el 18% busca la internacionalización, mientras que el 4% restante opto por elegir todas las razones anteriormente mencionadas.

Tabla 5: Razones para creación de un centro de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Área de banano orgánico instalada	0	0%
2) Mejora de la tecnología de campo	48	42%
3) Buscar la mejora de calidad del producto cosechado	41	36%
4) Tendencia a buscar la internacionalización	21	18%
5) Todas las anteriores	4	4%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 3: Razones de creación del centro de capacitación



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 4: ¿Con que área de terreno agrícola instalada de banano orgánico cuenta Ud.?

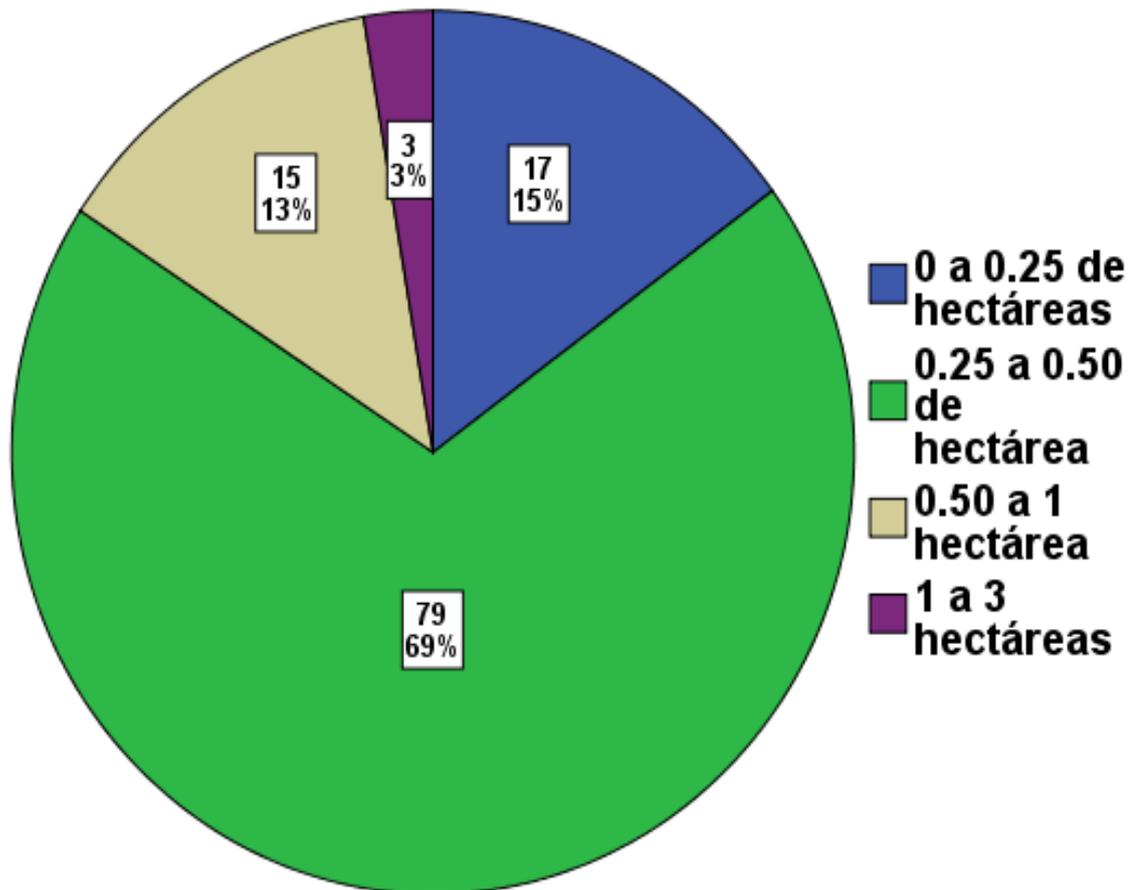
En relación al tamaño del área agrícola que poseen los productores de banano orgánico se obtuvo como resultado que el 69% solo cuenta con un terreno de 0.25 a 0.50 de hectárea, lo cual es reducido y es una de las principales razones por las que no pueden exportar de manera independiente, por ello es necesario que los productores pertenezcan a una asociación para que esta consolide la producción de distintos productores y así poder exportar en mayor volumen, además 15% de los productores poseen incluso una menor cantidad de terreno de 0% a 25% y mientras menos terreno posean será más complicado que lo productores obtengan un buen beneficio por su producción, por otro lado el 13 % de la población encuestada tiene de 0.50 a 1 hectárea de terreno, mientras que el 3% posee de 1 a 3 hectáreas de terreno; sin embargo ninguno de los encuestados posea de 3 a más hectáreas de terreno agrícola.

Tabla 6: Área de terreno agrícola

Indicador	Nº	Porcentaje
1) 0 a 0.25 de hectáreas	17	15%
2) 0.25 a 0.50 de hectárea	79	69%
3) 0.50 a 1 hectárea	15	13%
4) 1 a 3 hectáreas	3	3%
5) Mayor de 3 hectáreas	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 4: Área de terreno agrícola



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 5: Indique donde comercializa su banano orgánico cosechado

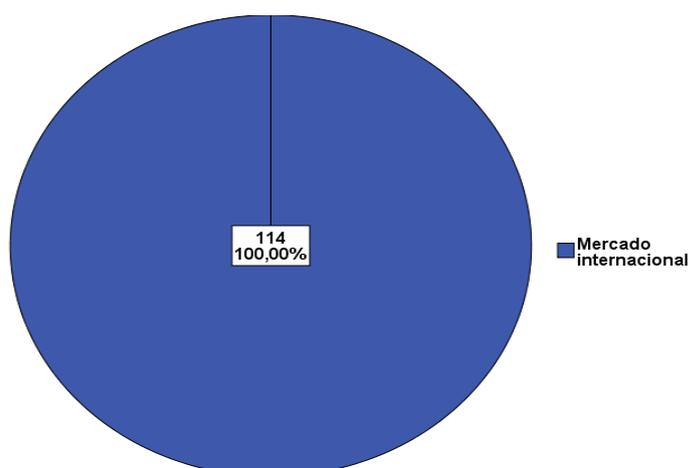
Como resultado de la encuesta se encontró que el 100% de los pequeños productores exporta el banano que producen debido a que todos pertenecen a la asociación de productores de banano orgánico Valle del Chira (AVACH); Pero lo hacen a través de la asociación cuyos directivos gestionan el mercado destino, no exportan de manera independiente ya que no toda su producción reúne los estándares de calidad que solicita el mercado internacional por ello no es exportada.

Tabla 7: Comercialización de banano

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Mercado nacional	0	0%
2) Mercado regional	0	0%
3) Mercado local	0	0%
4) Mercado internacional	114	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 5: Comercialización de banano



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 6: ¿Le resulta rentable comercializar la fruta en el mercado nacional?

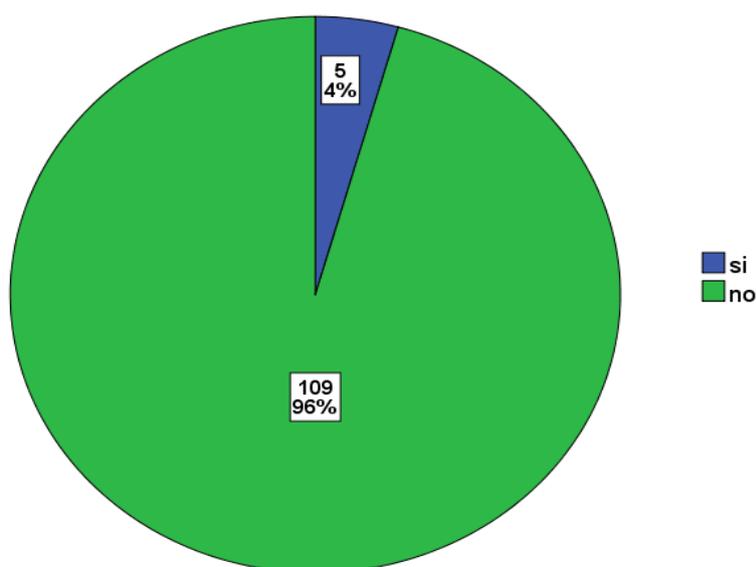
El 96% de los encuestados, respondieron que no es rentable comercializar el banano orgánico en el mercado nacional, debido a que gran parte del banano producido no cumple con los estándares de calidad para poder ser exportado, además el Perú es uno de los primordiales que producen banano orgánico y Querecotillo concentra mucha de esa producción por ello es que existe oferta pero no demanda y esto influye de manera negativa concerniente a la disminución del precio, por otro lado el 4% respondió que sí es rentable comercializar el banano orgánico en el mercado nacional pero esto sucede solo por temporadas ya que en época de frío hay escasez del producto y es aquí donde el precio aumenta, pero esto cambia en épocas de calor cuando hay demasiada producción.

Tabla 8: Rentabilidad de vender en el mercado nacional

Indicador	Nº	Porcentaje
1) SI	5	4%
2) No	109	96%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 6: Rentabilidad de vender en el mercado nacional



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 7: ¿Considera usted que las exigencias de los mercados internacionales permiten la aplicación de nuevas tecnologías?

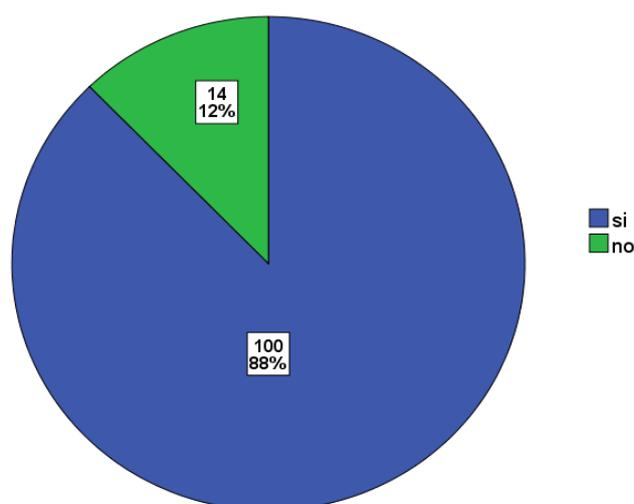
Según los encuestados el 88% considera que los requerimientos de los mercados internacionales si permiten la aplicación de nuevas tecnologías debido a que cada día los consumidores se intranquilizan más por su salud, por la afabilidad de los productos con el medio ambiente y también por los productos orgánicos, esto genera que los productores consideren mejorar sus procesos de cultivo y la maquinaria que utilizan para el mismo, esto hará que los productores marquen la diferencia en comparación con la competencia; por otro lado el 12% considera que los mercados internacionales no permiten la aplicación de nuevas tecnologías porque hay países que no admiten el uso de algunas maquinarias, fertilizantes o abonos.

Tabla 9: Nuevas tecnologías en base a las exigencias internacionales

Indicador	Nº	Porcentaje
1) SI	100	88%
2) No	14	12%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banana orgánico.

Figura 7: Nuevas tecnologías en base a las exigencias internacionales



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta Nº 8: ¿Qué porcentaje del total de su producción es exportado?

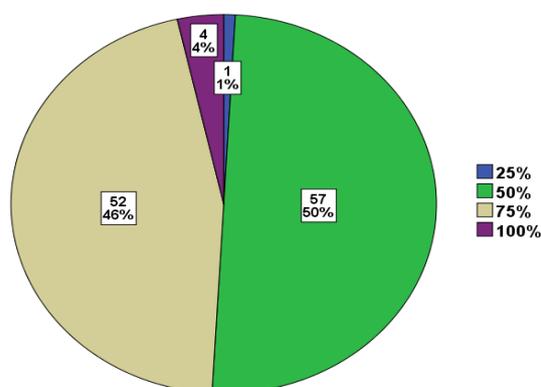
No todo lo que cosechan los productores es exportado; el 1% de los encuestados exporta solo el 25% de lo que produce; por otro lado el 50% de los encuestados solo exporta la mitad de lo que produce es decir el 50% restante de su producción no logra reunir los estándares de calidad, debido a que no cumple con el calibre requerido, no tiene el grado correcto de maduración, presenta plagas, entre otros de las muchas razones por las que no puede ser exportado, por ello se genera una pérdida en los productores ya que el producto que no se exporta es vendido en el mercado nacional o se le da otro tipo de uso el cual no compensa la inversión realizada; también tenemos que el 46% exporta el 75% de su producción y solo el 4% de los productores encuestados exportan su producción total es decir un 100% que es lo ideal.

Tabla 10: Producción exportada

Indicador	Nº	Porcentaje
1) 25%	1	1%
2) 50%	57	50%
3) 75%	52	46%
4) 100%	4	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 8: Producción exportada



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 9: ¿Qué uso le da a la fruta que no es apta para ser exportada?

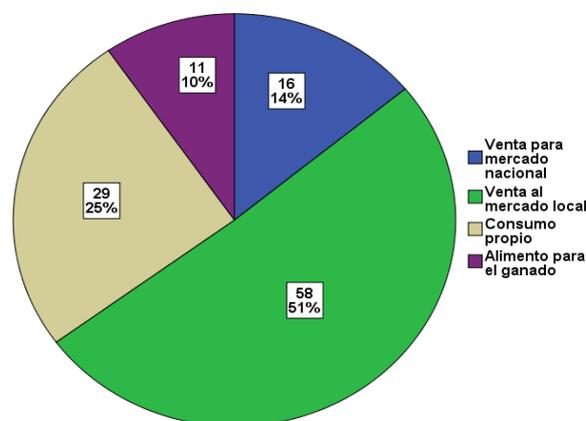
Según los resultados de la encuesta encontramos que el 51% de los productores destinan el banano que no es apto para ser exportado al mercado local porque no cumple con los estándares de calidad ya que les resulta más beneficioso venderlo directamente al consumidor final que enviarlo al mercado nacional por medio de un intermediario; el otro 25% lo destina para su propio consumo debido a que no son cantidades muy grandes; mientras que el otro 14% de los encuestados venden al mercado nacional porque hay temporadas del año que debido al clima frío su precio aumenta y por último el 10% restante lo utiliza para alimento de su ganado.

Tabla 11: Uso de la fruta de descarte

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Venta para mercado nacional	16	14%
2) Venta al mercado local	58	51%
3) Consumo propio	29	25%
4) Alimento para el ganado	11	10%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 9: Uso de la fruta de descarte



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 10: ¿Qué métodos de manejo del cultivo de banano utiliza Ud.?

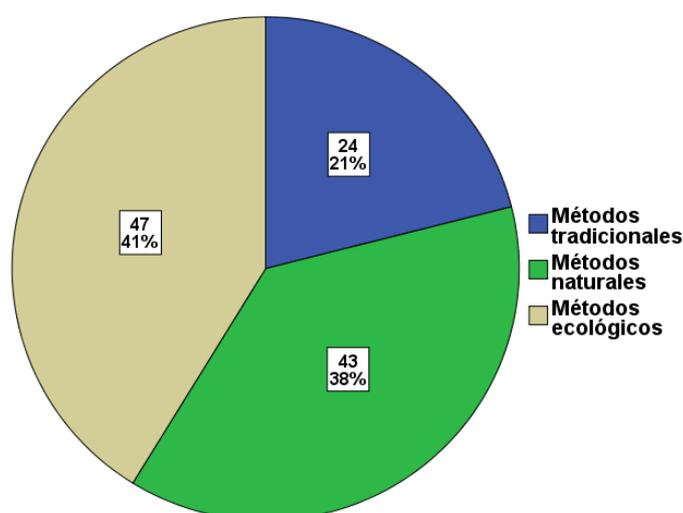
Se identificó que el 41% de los encuestados utiliza los métodos de cultivo orgánicos que son los que solicita el mercado internacional porque se utilizan fertilizantes, abonos orgánicos y certificados por entidades internacionales los cuales no afectan al consumidor y al medio ambiente, por otro lado el 38% utiliza los métodos naturales donde se utilizan insumos provenientes de los animales o de la misma tierra y finalmente el 21% utiliza los métodos tradicionales los cuales son impartidos por los padre o abuelos es decir generaciones pasadas, y es por esto que con el tiempo se han dejado de utilizar por que no se logran los resultados esperados por el consumidor.

Tabla 12: Métodos de cultivos

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Métodos tradicionales	24	21%
2) Métodos naturales	43	38%
3) Métodos orgánicos	47	41%

Figura 10: Métodos de cultivos



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 11: ¿Cuenta con personal especializado para el proceso productivo de la fruta?

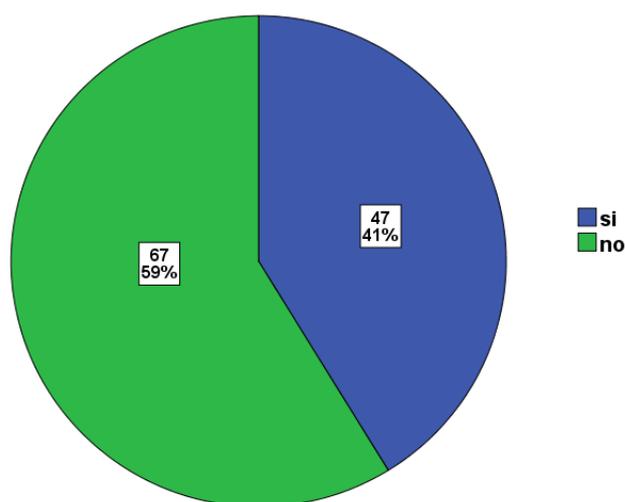
Según la encuesta realizada se observa que el 59% de los productores no cuenta con personal especializado que realice las tareas de mantenimiento a las plantaciones de banano en el campo esto se debe a que son pequeñas parcelas y el trabajo lo realiza el mismo productor en algunos casos; por otro lado el 41 % de los productores si cuenta con alguna persona que realiza las labores de campo pero no todos son especialistas en el área, sino son personas que han aprendido con el pasar del tiempo además que existen ocasiones en las que la asociación envía a técnicos para que realicen diferentes pruebas a las plantaciones.

Tabla 13: Personal especializado en las parcelas

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	47	41%
2) No	67	59%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 11: Personal especializado en las parcelas



Fuente: *Elaboración propia.*

Nº 12: ¿Cree que puede ser posible la extensión de su producción?

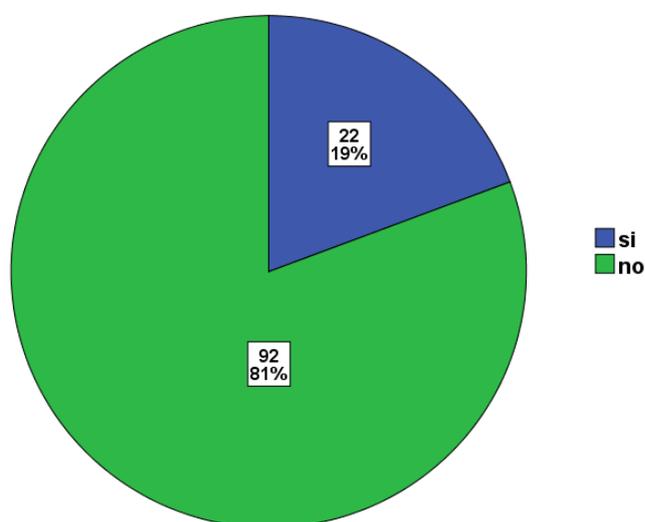
El 81% de encuestados respondió que no es posible la extensión de su producción ya en Querecotillo y alrededores no es posible comprar más terreno para ampliar los cultivos esto se debe a que muchos de estos ya tienen dueños; sin embargo el 19% restante expuso que si pueden aumentar la producción reacomodando las plantaciones sobre el mismo terreno para aprovecharlo de la mejor manera.

Tabla 14: Extensión de producción

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	22	19%
2) No	92	81%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 12: Extensión de producción



Fuente: *Elaboración propia.*

Objetivo específico N°2

Identificar las exigencias técnicas de los productores en lo que respecta a los servicios que debe brindar el centro de capacitación.

Pregunta N° 1: ¿Esta Ud. ¿De acuerdo con la creación de un centro de capacitación para los pequeños productores de banano orgánico en el distrito de Querecotillo?

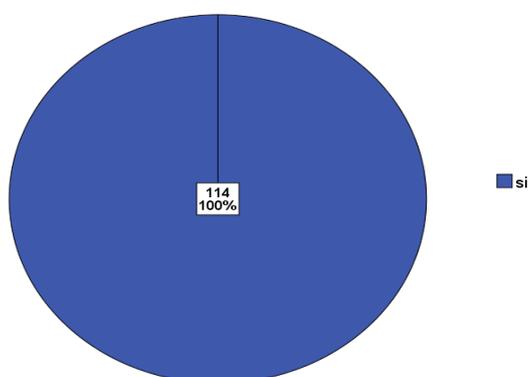
Según el resultado de la encuesta se observó que el 100% de pequeños productores estarían de acuerdo con la creación del centro de capacitación, manifestando que para ellos sería una buena oportunidad de obtener apoyo de personas especializadas en los diferentes temas que involucran el cultivo y cosecha de banano orgánico, con ello buscan que mejore su producción obteniendo mayores niveles de beneficio económico.

Tabla 15: Creación del centro de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	114	100%
2) No	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 13: Creación del centro de capacitación



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 2: ¿Qué aspectos prioriza Ud. en los servicios que debería brindar el centro de capacitación?

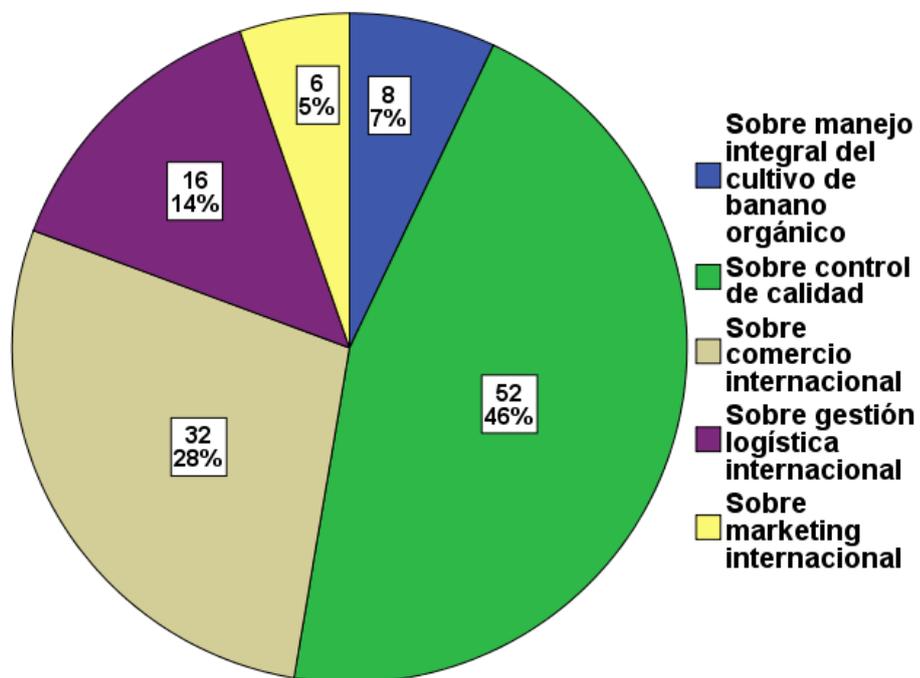
Según el resultado de la encuesta el 46% manifiesta que le gustaría que el centro de capacitación ofrezca temas sobre control de calidad; debido a que con las nuevas exigencias internacionales la fruta requiere de un mayor cuidado y tratamiento; el 28% de los productores consideran que serían necesarios temas sobre comercio internacional, porque algunos productores buscan exportar de manera independiente, por otra parte el 14% considera importante tratar los temas de gestión logística internacionales, si buscan exportar de forma independiente necesitan saber de logística ya que los procesos son diferentes en comparación a la venta nacional; el 7% marco la opción de manejo integral del cultivo de banano puesto que buscan cosechar un producto de calidad y por último el 5% opto por tratar temas de marketing internacional el cual consiste en la búsqueda de mercados para la comercialización de la fruta.

Tabla 16: Servicios que puede brindar el centro de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Sobre manejo integral del cultivo de banano orgánico	8	7%
2) Sobre control de calidad	52	46%
3) Sobre comercio internacional	32	28%
4) Sobre gestión logística internacional	16	14%
5) Sobre marketing internacional	6	5%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 14: Servicios que puede brindar el centro de capacitación



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 3: ¿Considera que el personal de capacitación deben ser profesionales expertos en los temas?

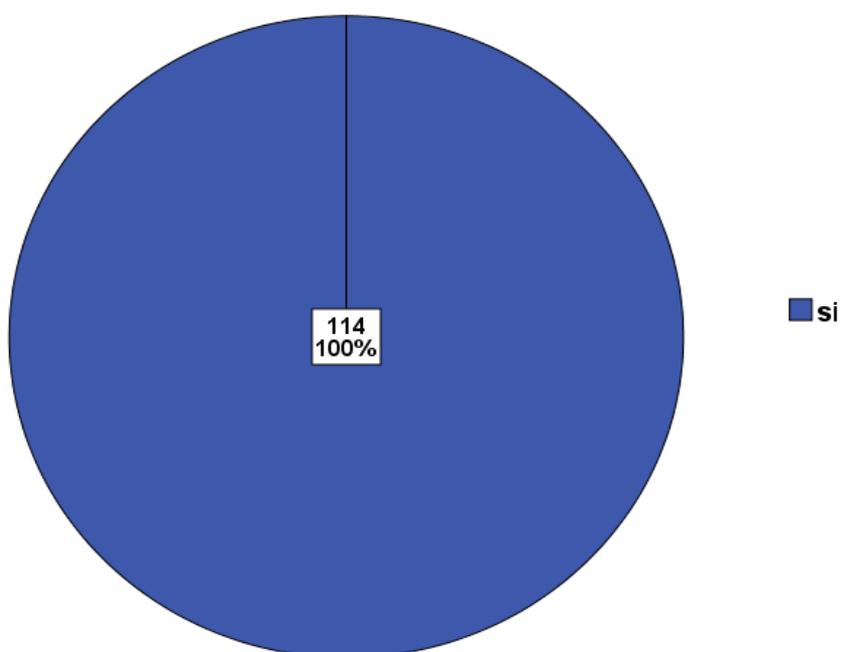
Según los encuestados el 100% consideran que el personal de capacitación deben ser profesionales especialistas en los temas, porque de ellos se puede aprender contenidos esenciales sobre banano y su comercialización además, aprovechando que se pueden imitar casos de éxito aplicados en otros lugares, lo cual sería muy provechoso para los pequeños productores del distrito de Querecotillo.

Tabla 17: Personal de capacitación debe ser especialista

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	114	100%
2) No	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 15: Personal de capacitación debe ser especialista



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 4: ¿Estaría Ud. de acuerdo que el servicio de capacitación sea contrastante y evaluado en el campo de cultivo?

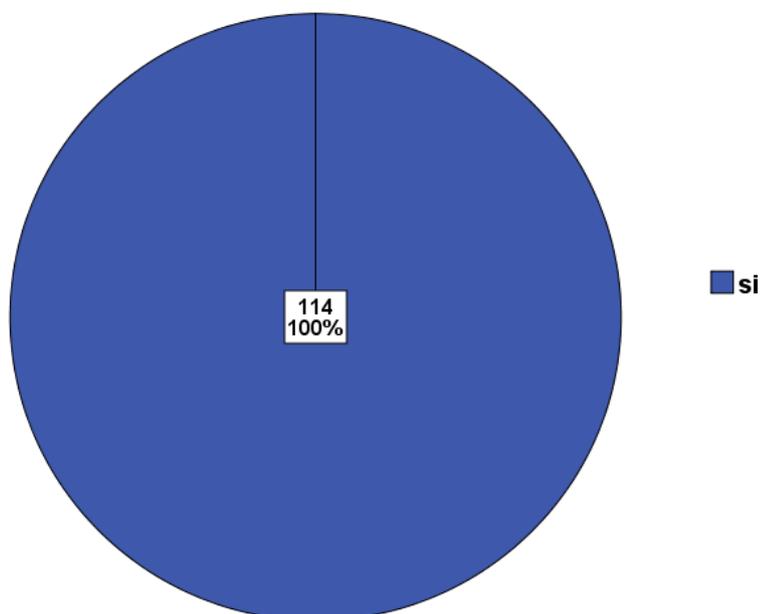
El 100% de los productores considera que el servicio de capacitación debe ser contante y evaluado porque se necesita que el personal especializado apoye a los productores de una manera constante y con su respectivo seguimiento además que debe ser evaluado para verificar el beneficio obtenido a partir de la creación del centro de capacitación sobre el rendimiento de producción de los productores.

Tabla 18: Servicio de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	114	100%
2) No	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los que producen banano orgánico.

Figura 16: Servicio de capacitación



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 5: Con el tipo de capacitación brindado; ¿Ambicionaría Ud. ser parte de una asociación debidamente reconocida a nivel internacional?

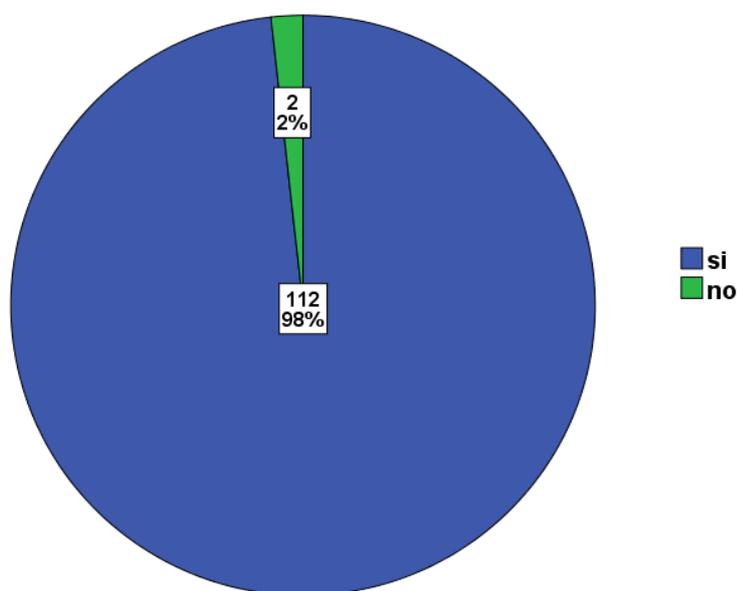
El 98% de los productores está de acuerdo con pertenecer a una asociación con reconocimiento a nivel internacional, ya que si su producto es de la mejor calidad se puede enviar a diferentes destinos del mundo y considerarse uno de los mejores proveedores de banano orgánico; sin embargo el 2% restante no está de acuerdo con asociarse ya que algunas personas consideran la opción de trabajar de forma independiente sin necesidad de formar parte de una asociación.

Tabla 19: Sociedad reconocida a nivel internacional

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	112	98%
2) No	2	2%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 17: Sociedad reconocida a nivel internacional



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta Nº 6: Para Ud. ¿El tipo de servicio del centro de capacitación debe ser?

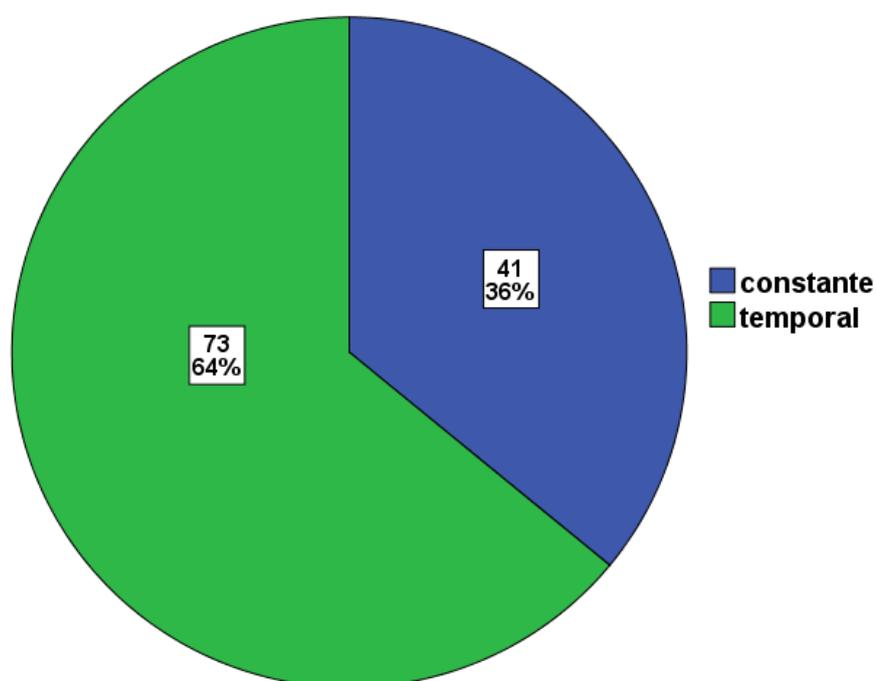
El 64% de productores considera que el centro de capacitación debe ser temporal, manifestando que no cuentan con personas idóneas que realicen las labores de campo a sus cultivos habiéndolas que realizar ellos mismos, lo que a su vez provoca la falta de tiempo para poder asistir con frecuencia a dicho centro, pero el 36% restante considera que debería ser constante porque ellos buscan resultados inmediatos del centro de capacitación teniendo en cuenta que recibiendo información día a día sería la única manera de lograr buenos resultados.

Tabla 20: Duración del centro de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Constante	41	36%
2) Temporal	73	64%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 18: Duración del centro de capacitación



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 7: ¿Estaría de acuerdo con recibir capacitación sobre temas que involucren?

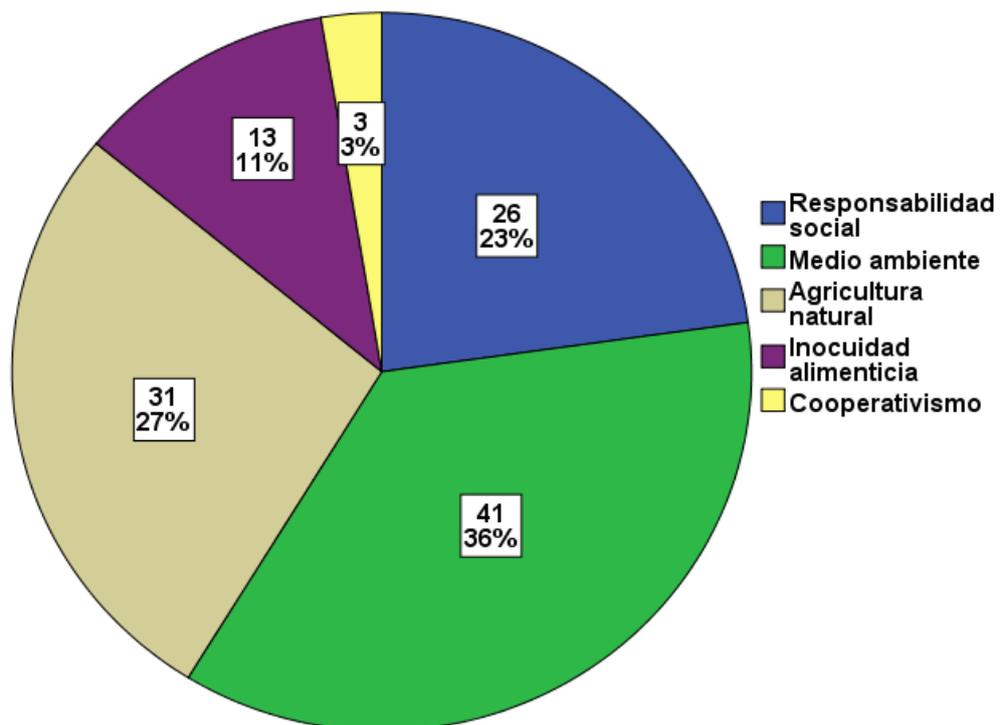
Según los resultados de las encuestas el 36% considera que se deben abordar más temas sobre el medio ambiente porque hoy en día con la gran cantidad de desastres naturales a costas del cambio climático se debe enfatizar el correcto cuidado de la naturaleza ya que su producción depende de que tan saludable este la tierra de cultivo; el otro 27% de los encuestados considera que también son de importancia temas como agricultura natural, con esto también se busca cuidar el medio ambiente además que el producto cosechado sea de calidad y 100% orgánico sin afectar la salud del consumidor y el medio ambiente; por otra parte el 23% le gustaría que el centro de capacitación exponga temas de responsabilidad social porque los productores buscan el beneficio no solo de ellos sino también del lugar donde viven y las personas que los rodean ; el 11 % marco la opción de inocuidad alimenticia refiriéndose a la calidad del producto y todo su proceso, y en última instancia solo el 3% marco la opción de cooperativismo.

Tabla 21: Temas de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Responsabilidad social	26	23%
2) Medio ambiente	41	36%
3) Agricultura natural	31	27%
4) Inocuidad alimenticia	13	11%
5) Cooperativismo	3	3%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 19: Temas de capacitación



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 8: ¿En qué tipo de ambiente considera Ud. que debe desarrollarse la capacitación?

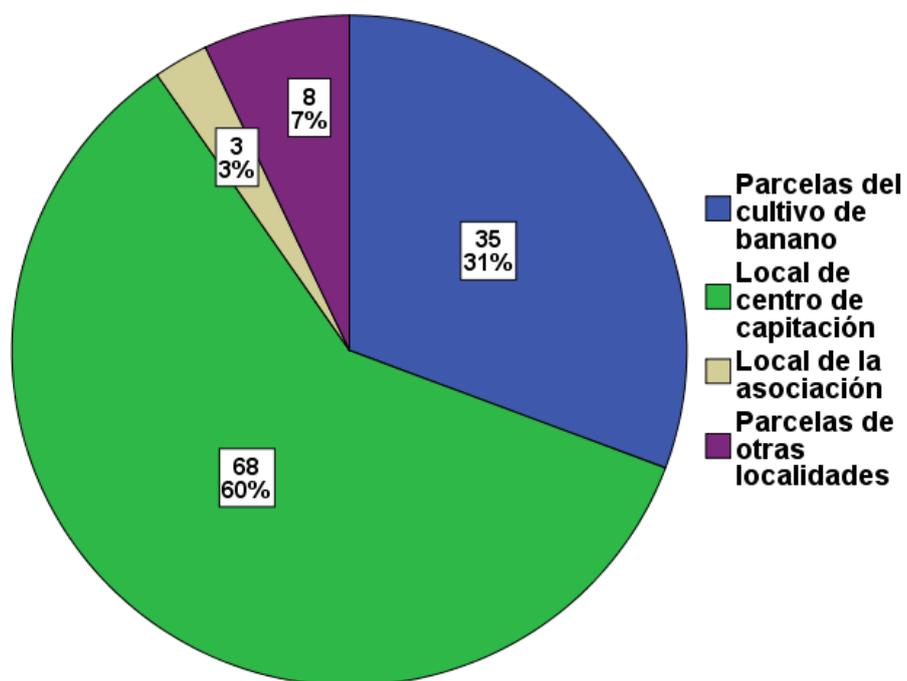
Según los encuestados el 60% considera que las capacitaciones deben ser realizadas en el local de dicho centro con el fin de que este sea un lugar accesible y cercano a los productores teniendo en cuenta que no disponen de mucho tiempo y dinero para su respectiva movilización; el 31% considera que las reuniones deben realizarse en la parcelas del cultivo de banano para identificar de una forma más directa las deficiencias y amenazas que estos presentan además plantear soluciones y observar sus consecuencias; el otro 7% considera que las reuniones deben realizarse en parcelas de otras localidades con el fin de imitar el éxito que otros lugares han logrado y por último el 3% considera que se deben realizar en el local de la asociación ya que es conocido y accesible para ellos porque lo visitan frecuentemente.

Tabla 22: Ambientes de desarrollo de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Parcelas del cultivo de banano	35	31%
2) Local de centro de capacitación	68	60%
3) Local de la asociación	3	3%
4) Parcelas de otras localidades	8	7%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 20: Ambientes de desarrollo de capacitación



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 9: Ud. ¿Qué las capacitaciones también pueden considerar?

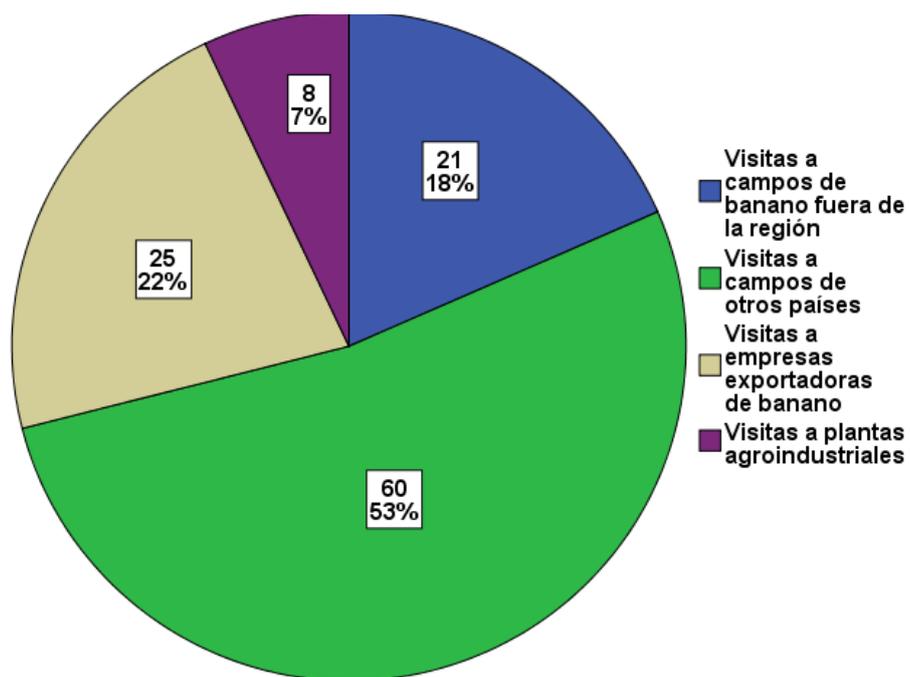
Según los encuestado el 53% considera que sería conveniente que la capacitaciones cuenten con visitas a campos de otros países o pasantillas esto debido a que no son los únicos proveedores de banano orgánico, hay países con los que tenemos una estrecha competencia como el caso de Ecuador que cuenta con las mejores instalaciones para el cultivo, cosecha y embalaje del producto, este país sería un buen ejemplo para el Perú además de que se comparten experiencias de productores; el otro 22% considera visitas a empresas exportadoras en este caso sería a asociaciones que tienen mayor infraestructura y experiencia en el campo del banano u otras frutas; además el 18% considera que el centro de capacitación debe contar con visitas a campos fuera de la región porque si bien Querecotillo es uno de los principales productores de banano en el Perú también hay otras regiones de las que se pueden obtener conocimientos para la mejora de la producción, y por último el 7% escogió las visitas a plantas agroindustriales.

Tabla 23: Actividades extra del centro de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Visitas a campos de banano fuera de la región	21	18%
2) Visitas a campos de otros países	60	53%
3) Visitas a empresas exportadoras de banano	25	22%
4) Visitas a plantas agroindustriales	8	7%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 21: Actividades extra del centro de capacitación



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta N° 10: ¿Estaría Ud. de acuerdo que los servicios del centro de capacitación tenga permanencia en el tiempo?

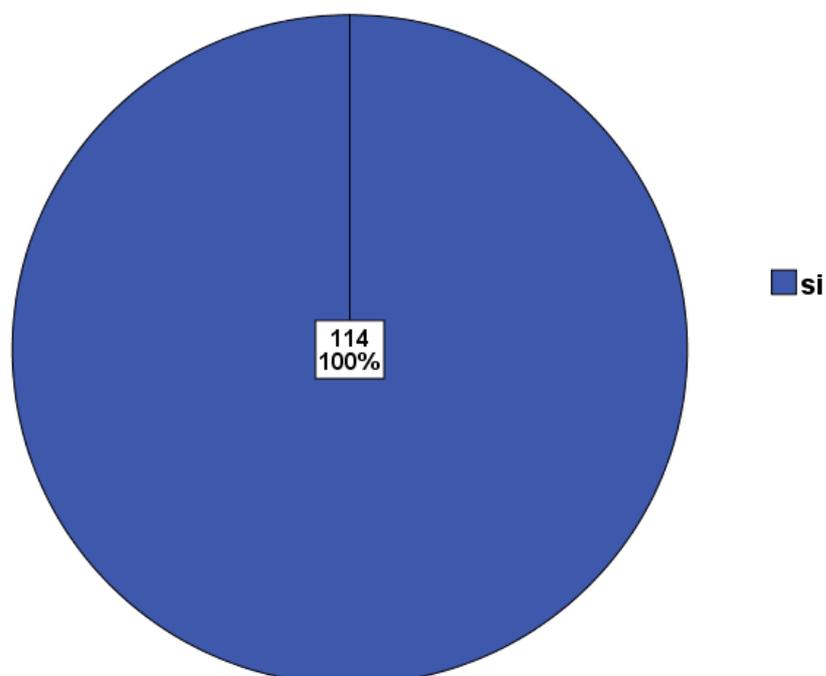
El 100% de los encuestados considera que el centro de capacitación debe perdurar en el tiempo, manifiestan que la municipalidad y otras instituciones del Estado realizan capacitaciones pero solo son por periodos cortos donde no se observan cambios ya que no se realizan las respectivas pruebas en el campo para verificar la eficiencia de los procesos que son enseñados.

Tabla 24: Actividades extra del centro de capacitación

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	114	100%
2) No	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 22: Actividades extra del centro de capacitación



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 11: ¿Tiene Ud. conocimiento sobre las certificaciones que se exigen al banano?

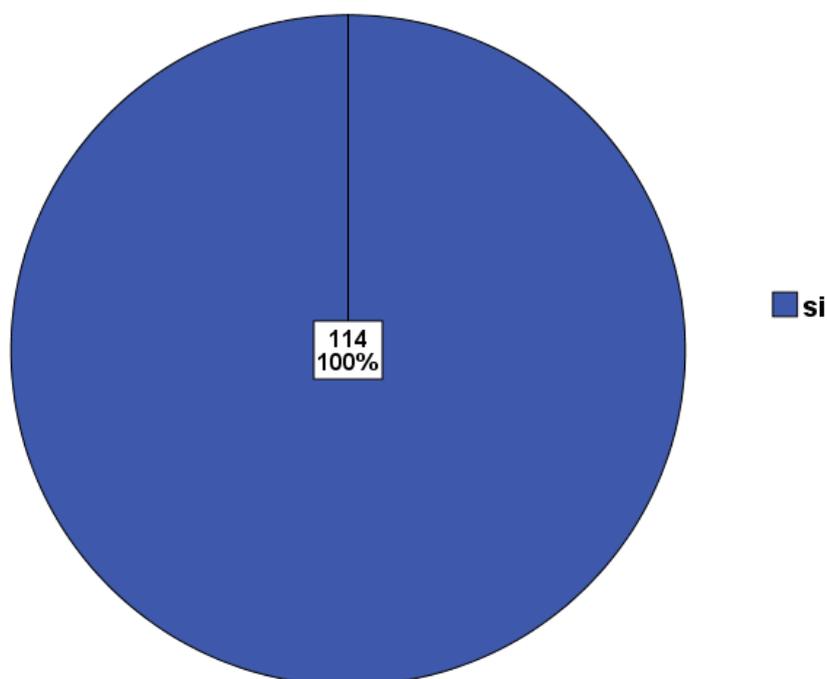
El 100% de los productores encuestados si tiene conocimiento de las certificaciones del banano orgánico esto se debe a que es necesario que tengan en cuenta con qué criterios de calidad debe contar el banano para ser exportado, considerando solo las certificaciones con las que trabaja la asociación a la que pertenecen a pesar de la existencia de otras certificaciones las cuales no son requerías a los mercados que exportan.

Tabla 25: Conocimientos sobre certificaciones

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	114	100%
2) No	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 23: Conocimientos sobre certificaciones



Fuente: *Elaboración propia.*

Pregunta N° 12: ¿Estaría de acuerdo en capacitarse sobre aspectos de certificaciones actuales en banano?

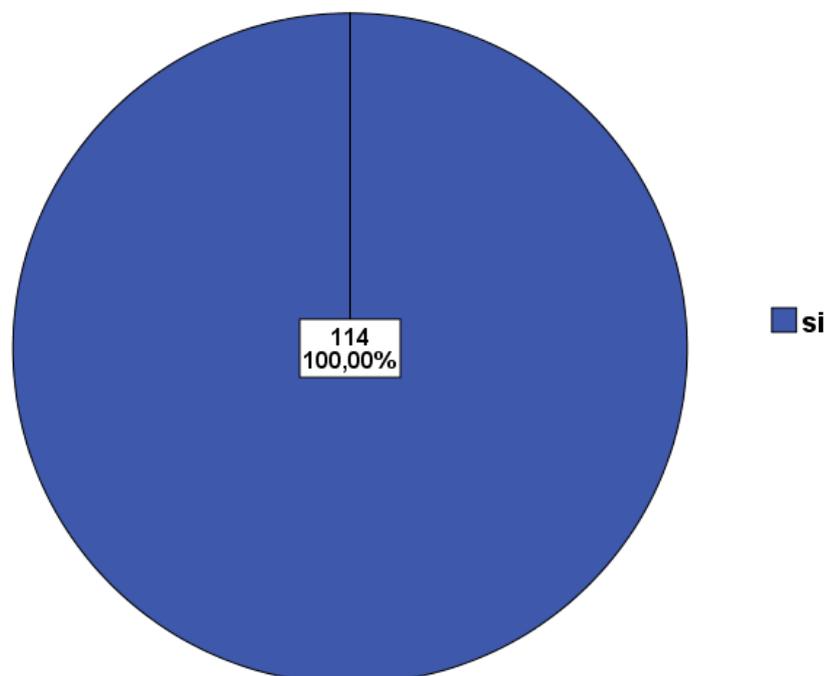
El 100% de los productores quieren capacitarse en nuevas certificaciones ya que si buscan la internacionalización tiene también que explorar nuevos mercados y ello incluye nuevas certificaciones con otros estándares de calidad; por tal motivo ellos consideran que si sería bueno conocer otros aspectos de certificaciones.

Tabla 26: Capacitación en certificaciones

Indicador	Nº	Porcentaje
1) Si	114	100%
2) No	0	0%

Fuente: Instrumento aplicado a los productores de banano orgánico.

Figura 24: Capacitación en certificaciones



Fuente: *Elaboración propia.*

Objetivo específico N°3

Identificar las fortalezas y debilidades de los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.

Pregunta N° 1: ¿Cuántas hectáreas de banano orgánico tiene la asociación?

La asociación Valle del Chira cuenta con 410 hectáreas certificadas, están actas para exportar de acuerdo a los estándares internacionales del mercado ejemplo certificación global Gap, orgánica y comercio justo; la certificación es a nivel de organización no de manera individual, la certificación está financiada por parte de la asociación mediante una partida del presupuesto.

Pregunta N° 2: ¿Aplica tecnología de punta, en el manejo de su cultivo? ¿Cual/es?

No, solo es tradicional, la idea es que en un futuro inmediato tal vez mediante proyecto o una ONG es posible que se tenga una cosecha tecnológica utilizando cable vía por ejemplo, en estos momento existe un proyecto en proceso con Japón.

Pregunta N° 3: ¿Tiene conocimiento de las oportunidades de mercado?

No, aunque debería tener ya que se comercializa mediante un precio contrato anual, en pero FOB puesto en puerto, de allí en adelante el importador es el que asume los costos operativos. Agro frair es los importados de la fruta que vende la asociación Valle del Chira.

Pregunta N° 4: ¿Sabe cómo se hace un estudio de mercado?

No, pero es algo necesario en lo que estoy interesado en especializarme.

Pregunta N° 5: ¿Conoce cuáles son las exigencias de calidad de los mercados internacionales?

Las exigencias están dirigida a la calidad cosmética sobre todo, que se refiere a la calidad de la presentación de la fruta libre de manchas, de insectos, una fruta con buena presentación estas son las características más relevantes para la comercialización del banano.

Pregunta Nº 6: ¿Sabe Ud. que países exportan banano orgánico?

Holanda, suiza, Italia, Suecia, Corea del Sur y Francia.

Pregunta Nº 7: ¿Sabe Ud. ¿Qué exigencias de cuidado exigen los mercados internacionales?

Se refiere a los parámetros de calidad en proceso, pero eso depende del manejo del cultivo en campo, si la fruta es cuidada en campo eso se ve reflejado en el proceso con la calidad cosmética.

Pregunta Nº 8: ¿Los recursos de agua y abonos que Ud. Utiliza son certificados?

El agua no es certificada pero si analizada porque la normativa orgánica y global Gap exigen un análisis de agua y para exportar se necesitan de los certificados; los insumos que se utilizan también deben tener su documentación de certificación.

Pregunta Nº 9: ¿Ha aplicado en su cultivo de banano orgánico, alguna vez productos químicos?

Si es una realidad, hay constantes monitoreo técnicos donde se inspecciona y determina, a la fecha si se han presentado casos pero ellos tienen una sanción interna por parte de la asociación ejemplo sanción de un año como mínimo, esto tiene efecto negativo sobre la fruta ya que se interrumpe el ciclo orgánico.

Pregunta Nº 10: ¿Cuenta Ud. con los recursos económicos para tener los insumos que exige el cultivo de manera oportuna?

Si cuenta con los recursos económicos, existe una partida que se obtiene del comercio justo de allí de acuerdo a la asamblea se ha tomado un monto para cubrir el costo total de fertilizantes ya abonos esto equivale de 25% a 30% del dólar recibido por caja gracias a certificación del comercio justo.

IV. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos si es imprescindible la presencia del Centro de Capacitación cuya finalidad es lograr la mejora de la tecnología en el campo, puesto que uno de los principales inconvenientes es el proceso por el que atraviesa la fruta para ser embalada y exportada realizándose de forma tradicional lo cual no garantiza el buen tratamiento de la misma; la mejora de la tecnología trae consigo la exportación se constituye como la actividad de alternativa prioritaria de la asociación, los mercados internacionales exigen la calidad cosmética de la fruta pero no todo depende del proceso por el que transcurre la fruta cosechada sino también necesita del proceso de cultivo; ya que si las plantas se conservan bien si podrían ofrecer frutos de buena calidad.

Sin embargo el dicho problema radica en que muchos de los productores no cuentan con personas especializadas en temas de tratamientos de plantas; por otro lado lo asociados a la (AVACH) son pequeños productores dando a entender que no cuentan con un área de terreno de gran magnitud sino con pequeñas porciones que ni siquiera superan 1 hectárea ocasionando dos dificultades; en un primer momento no se podría exportar de manera independiente debido a que factores como el área y la producción no se lo permiten y en segundo lugar si no obtiene un beneficio máximo de sus pequeños cultivos se estarían produciendo pérdidas.

Esto se puede corroborar con lo afirmado por Girón (2016) en el estudio titulado “El análisis de la gestión comercial como ventaja competitiva entre grandes y pequeños productores bananeros de la ciudad de Machala”; quien señala que en el caso de los productores de banano la necesidad de ayudarse mutuamente se ha convertido en una ventaja competitiva.

La población escogida fue la de los socios que conforman la Asociación Valle del Chira de Querecotillo y por el hecho de formar parte de la misma todos exportan; a pesar de que la realicen en pequeñas proporciones si logran obtener beneficio; durante este proceso se les presentan inconvenientes en la fruta como aquella que es considera como descarte ya que no es apta para ser exportada pero si se puede comercializar en los diferentes mercados nacionales; si bien es cierto esto no genera la pérdida total de la producción, tampoco se obtienen grandes beneficios debido a que el precio en el mercado local, regional o nacional comparado con el

del mercado internacional es mucho menor, por ello de una u otra manera se estaría generando pérdidas sin olvidar que cuentan con pequeña área de terreno.

Por otro lado; además de que la fruta en el mercado internacional tenga un mayor precio también tiene exigencias las cuales permiten aplicar la tecnología y nuevos procesos, pero esto demanda de inversión con la que los pequeños productores no cuentan dependiendo mucho de las exportaciones que realicen; sin embargo no se puede lograr ya que muchos de los productores no completan los estándares influyendo de forma negativa sobre su economía, generando inconvenientes en su crecimiento económico ya que por el poco beneficio que obtienen de su producción no pueden realizar la inversión requerida en el campo como por ejemplo contratar personal especializado en el manejo del banano de los que se puedan aprender nuevos métodos de cultivo o técnicas que ayuden a la mejora de los diferentes procesos por los que atraviesa la fruta; ya que para ellos la única opción es mejorar el terreno sembrando un mayor número de plantaciones aumentando su producción puesto que en Querecotillo es imposible adquirir un terreno en compra.

La situación también es complicada por la alta competencia que existe sobre esta fruta ya sea de manera nacional o internacional ya que existen países como el Ecuador donde se compite para poder lograr un mayor número de mercados internacionales, si bien los productores consideran que la calidad del banano del Perú es mejor que el del país vecino; en este ya se han implantado procesos tecnológicos y automatizados con lo cual se garantiza obtener un producto de más alta calidad; sin embargo el Perú es privilegiado por contar con diferentes climas ayudando a que la fruta sea de calidad; los productores manifestaron que cuando existe clima frío la fruta no crece en su normalidad generando escasez y esto a su vez ocasiona el aumento del precio; todo lo contrario sucede en tiempos de calor ya que aquí la fruta crece en abundancia generando una excesiva oferta y a su vez la disminución del precio, pero para estos casos la asociación genera la firma de un convenio con el importador donde se especifica un precio estándar sobre todo un año sin importar la fluctuaciones que tenga el banano en el mercado nacional por ello dentro de las exportaciones no existe mayor inconveniente.

Respecto a lo que plantea Salas (2016) en el informe sobre Titulado “El rol de la asociatividad en la participación comercial de los productores agrarios para el caso de Piura”, después de la investigación se puede notar que las asociaciones de Querecotillo juegan un importante rol en la comercialización del banano debido a que los productores cuentan con pequeñas porciones de área de cultivo y con la asociación se puede exportar en mayor proporción.

Por otro lado Para los productores la creación del Centro de Capacitación es una buen idea considerando que existe la presencia de ciertas deficiencias; sin embargo aparecen acciones que pueden llenar esos vacíos como la ayuda de profesionales especialistas en temas influyentes, ya que los productores son personas de avanzada edad que aún siguen realizando procesos tradicionales los que no tienen efecto con los nuevos requerimientos internacionales de calidad; dichos productores no solo consideran como temas de importancia los relacionados con el cultivo sino también aquellos temas sobre controles de calidad con lo que pretenden evaluar si la fruta guarda los estándares requeridos por los mercados internacionales.

Otro de los temas que también se considera importante es el comercio internacional ya que en todo momento se busca exportar de manera independiente; si bien son conscientes de las desventajas que tienen para lograr este cometido no deja de ser un tema esencial ya que se sentirían orgullosos de que dicha fruta sea consumida en el exterior obteniendo también un beneficio económico; los productores involucran a su vez temas de logística y marketing, ya que son realistas y consideran que se necesita de personal especialista en los temas de importancia viéndose resaltada en su mejora productiva y económica.

Como los productores no obtienen el beneficio total de la venta de la fruta que producen no pueden contar con personal que realice las labores de campo motivo por el cual dichas tareas las deben realizar ellos mismos; esto complicaría la asistencia a las capacitaciones constantes que se les brindaría teniendo que descuidar sus parcelas, viéndose reflejado un efecto negativo del propósito que tiene la creación del Centro de Capacitación; por ello se considera que la asistencia sea de dos o tres veces a la semana para poder ser capacitados de manera temporal para que no se les acumulen las labores en el campo y de una u otra

forma no se vean perjudicados; pero así como dichas capacitaciones se darán de manera temporal también están de acuerdo con que deben perdurar en el tiempo para así poder medir los resultados en base a su producción y ello depende del tiempo que la planta pueda asimilar los nuevos métodos de cultivo y dar los frutos; siendo la única manera de comprobar si los conocimientos impartidos por los especialistas tienen un efecto positivo o negativo sobre los productores.

Teniendo en cuenta que los productores reciben un sustento económico por parte de la tierra ellos están muy involucrados con el cuidado del ambiente y el beneficio social; por eso se busca que en el centro de capacitación se enfatizen estos tipos de temas como información extra para los productores ya que estos se preocupan no solo del desarrollo sino también del crecimiento económico.

La mejor manera de aprender es mediante el ejemplo y los productores no son indiferentes ante dichos actos; porque así como Querecotillo es uno de los principales lugares de productores de banano orgánico del Perú, existen más en otras regiones u otros países los cuales presentan casos de éxito en cuanto a nuevos procesos productivos que ya han sido implantados y no sería malo que se puedan imitar para lograr ciertos beneficios; algunos de los productores consideran que los mejores casos de éxito están en otros países donde ya la producción y proceso del banano es mecanizada, es por eso que se considera una buena acción realizar algún tipo de pasantías internacionales para tener un encuentro cercano con realidades diferentes a las propias lográndose una auto evaluación e identificando las fallas y así poder superar los obstáculos; en ese sentido las capacitaciones deben ser en los campos de cultivos donde se pueda observar la realidad con hechos y plantear las soluciones de las cuales se espera resultados eficientes.

También se espera que el desarrollo de la capacitación esté enfocada en los nuevos procesos productivos ya que con el paso del tiempo los mercados demandantes consideran nuevos estándares de calidad y nuevas certificaciones en las cuales se debe enfatizar la enseñanza para que puedan ser ejecutadas por los productores.

Respecto a lo mencionado por Romero (2015); sobre los beneficios que tiene la capacitación se ve reflejado en lo que los productores buscan lo siguiente:

Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.

Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.

Se promueve la comunicación a toda la organización.

Por ultimo puede reconocer que una de las fortalezas con la que cuentan los productores es pertenecer a una asociación con reconocimiento nacional e internacional; esto es favorable ya que su producción llega a un mayor número de mercado; un claro ejemplo es la Asociación Valle del Chira puesto que como organización cuenta con una favorable y productiva extensión de terreno; a su vez existen otras asociaciones que apoyan a los productores para que estos puedan exportar; los cuales cuentan con tierras que si bien son pequeñas en área de terreno son tierras muy productivas donde se cosecha productos de calidad y en abundancia.

Como oportunidades se pueden identificar que con el pasar del tiempo el banano tiene una mayor demanda en los países donde se comercializa ya que es un producto con alto valor nutritivo, por ello es consumido en mayor proporción en las loncheras de los niños; de la misma manera las negociaciones de los países genera un mayor interacción de las exportación causando que los productos ingresen con un menor arancel y sin la necesidad de obtener certificaciones; no olvidar el apoyo que reciben gracias a lo importante para cubrir algunos costos de la actividad productiva como por ejemplo la compra de abonos y fertilizantes orgánicos debido a que esto por ser denominados orgánicos tienen un alto precio. Querecotillo cuenta con agua certificada la que es apta para regar las plantaciones de banano y esto es fundamental: por el hecho de pertenecer a una asociación; aquí se trabajan algunos proyectos que van destinados al beneficio del productor algo que no sería probable de forma independiente debido a la gran inversión que implican.

Por otro lado, se pueden reconocer como una de las debilidades de los productores la limitada área de terreno con la que cuentan no siendo esta la óptima

para exportar de manera independiente ya que no reúne el volumen requerido para llenar un contenedor los que usualmente se completan con 1080 cajas; otras de las debilidades es el nulo apoyo que reciben en cuanto a capacitaciones, ellos trabajan en base a métodos tradicionales para el propósito que se requiere; también se puede identificar la falta de conocimiento en cuanto a la comercialización del banano por falta de información con respecto a comercio internacional; la falta de capacitación también provoca que no toda la producción cosechada sea apta para poder exportar generando una pérdida económica para los productores; otra debilidad es aquella que recae en la escasez del personal capacitado en los temas relacionados a la actividad que como productores realizan ya que no cuentan con el capital para invertir.

Por otro lado la tecnología instalada en el campo se ve afectada por esta debilidad ya que no existe la inversión adecuada para implementar maquinaria que realice labores de campo y de proceso de embalaje; y finalmente el clima diverso que presenta esta parte del Perú trae consigo plagas que afectan al banano para lo cual existen fertilizantes certificados, pero algunas veces los productores son creyentes de sus procesos que aplican productos químicos a la fruta y es aquí donde ellos mismos la convierten en no apta para la exportación generando pérdidas en su producción.

Se pueden encontrar ciertas amenazas; como la que se relaciona con los estándares de calidad que exigen una mejor tecnología en los procesos la cual no es posible de aplicar porque además de contar con pequeñas áreas de terreno, demanda también de un alto porcentaje de inversión; por otro lado las exigencias solicitadas por el mercado internacional son acerca de la calidad cosmética la cual se encuentra relacionada con la labor realizada por las personas encargadas de llevar a cabo el corte y embalaje del banano, en algunos casos estas personas no tienen el adecuado conocimiento del tipo de tratamiento que debe recibir la fruta ya que se caracteriza por ser muy delicada siendo de difícil manipulación y de esto depende el estado en que la fruta llegue a su destino; por ultimo a causa del cambio climático las condiciones ambientales no son la optimas por ejemplo el año pasado hubo un fenómeno del niño que afecto a las plantaciones generado pérdida.

V. CONCLUSIONES

La creación de centro de capacitación para los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo es viable ya que ellos necesitan tener conocimientos en ciertos puntos clave sobre la producción y proceso con la finalidad de mejorar la calidad del producto exportado.

Los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo, necesitan de capacitación técnica en prácticas de producción con el fin de mejorar la calidad del producto exportado.

Los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo exigen que el centro de capacitación brinde los servicios de personal especializado en el tema, en cuanto a estándares de calidad requeridos por el mercado internacional, de gestión logística internacional y marketing internacional.

Haber logrado una certificación en calidad de agua es una de las fortalezas de los productores de banano orgánico del valle del Chira, además cuentan con certificación Global Gap y Comercio Justo hace atractivo el producto en el mercado internacional siempre protegiendo el medio ambiente; pero afrontan algunos problemas porque no conocen sobre procesos y tecnología, su cultivo es mas de forma tradicional, muchos ignoran a que lugares del mundo venden su producto lo que ocasiona carencia sobre oportunidades de mercado, gestión de procesos para cultivo y nuevas tecnologías para el empaque de la fruta.

VI. RECOMENDACIONES

Crear el centro de capacitación para que como pequeños productores de banano orgánico progresen, a través de un apoyo constante por medio de especialistas orientados a mejorar su situación económica.

Mejorar la calidad del banano con la finalidad de cumplir con los estándares de calidad favoreciendo a los pequeños productores ya que de esa manera obtendrían mayores beneficios sobre sus cosechas.

Enfatizar a los temas que requieren y solicitan lo pequeños productores ya que ellos reconocen tanto sus capacidades como sus deficiencias, por tal motivo es necesario repotenciar los puntos claves que ayuden a lograr el crecimiento de los mismos.

Aprovechar las adecuadas fortalezas y oportunidades con las que cuentan los productores; las cuales son suficientes para hacer frente a aquellas debilidades y amenazas obteniendo de esa manera mayores beneficios y al mismo tiempo la permanencia en el mercado internacional.

REFERENCIAS

- Agencia para la agricultura y la alimentación de la ONU (FAO). (12 de Mayo de 2011). El País, pág. 4.
- Alburquerque, F. (2002). Desarrollo económico territorial. Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria: Guía para agentes Sevilla .
- Alonso, R. y. (2011). Impacto de la capacitación en los niveles de satisfacción laboral, aprendizaje, desempeño y desarrollo de carrera individual en el personal nacional (nrs) de las áreas de investigación del centro internacional de agricultura tropical ciat-ao 2010. Colombia: Tesis_impacto_de_la_capacitación.pdf - Universidad del Valle .
- Araya, L. (2009). Proceso de internacionalización de empresas. Edi.Tec empresarial- España.
- Arocena, J. (1997). "Globalización, integración y desarrollo local". Revista
- Benko, G. (2000). Estrategias de comunicación y marketing urbano. EURE (Santiago) v. 26 N°79, 13.
- Bernal, M. (2013). La innovación social como factor de inclusión social en Latinoamérica. En: Paz, A.; Montoya, M. y Asensio R. (eds), Escalando innovaciones rurales. Lima.
- Bustamante, P. (2017). Asociatividad como modelo para la internacionalización de los pequeños productores de banano en el oro - Ecuador. Ecuador: Tesis de pregrado Universidad Espíritu Santo - Ecuador.

- Caravaca, I. (1998). Los Espacios emergentes. Revista de Estudios Regionales N°50, 39-80.
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la aplaneación estratégica. Barranquilla-Colombia: Pensamiento y gestión N°35.
- Contreras, S. (2013). Concepto de la estrategia como fundamento de la planificación estratégica, Proyecto académico. Red de revistas científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal, 157.
- Dolfus, O. (1975). El espacio geográfico. Collection Que sais-je N°111. Barcelona Oikos.Tau.
- Forero, Y. (2012). Creación de valor compartido. Universidad EAN.
- Galán J, G. J. (2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización. El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. Economía Industrial, 333.
- Girón C, E. (2016). Análisis de la gestión comercial como ventaja competitiva entre grandes y pequeños productores bananeros de la ciudad de Machala. Ecuador: Tesis de pregrado. Universidad técnica de Machala.
- Inurritegui, M. (2006). El rol del capital social en la pequeña agricultura comercial de los valles de Piura en pequeña agricultura comercial : Dinámica y retos en el Perú. Eds.Trivelli,Escobal yRevesz.
- Jackson, S. (2011). Making strategies stick. Journal Business Strategy.

- Juárez, A. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Líder* Vol.23, 9-28.
- Juárez, A. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. Universidad de Castilla- La Mancha- España.
- Kramer, M. y Porter, M. (2006). Estrategia y Sociedad. *Harvard Business Review* 84 (12).
- León de Cermeño, J. (1998). Financiamiento para las micro y pequeña .Lima
- Lezama, L. (2010). Caracterización Del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad De Las Mypes del sector Comercio - Rubro Servicios Xero gráficos del Distrito De Nuevo Chimbote, Periodo 2008-2009. Chimbote: Uladech.
- Millán Escriche, M. (2003). La iniciativa comunitaria LEADER en el desarrollo local del noroeste murciano. Tesis Doctoral no publicada. Murcia: Universidad de Murcia.Dep de Geografía Física, Humana y Análisis Regional.
- Ministerio de comercio exterior y Turismo (2013). Diagnóstico del mercado nacional e internacional del banano.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación – FAO. (2001).
- Otárola Gerrero, J. A. (2016). Factores para el mantenimiento de certificaciones en las asociaciones exportadoras de banano orgánico de Querecotillo, Piura hacia Europa. Lima.
- Pecqueur, B. y. (1995). Roles des politiques technologiques dans la creation de ressources spécifiques et avantages dynamiques de localisation. En:

Rallet, A. Torre A. (dir.). Économique industrielle et économie spatiale. París: Económica, 445-462.

Persona y Sociedad, ILADES: Santiago, Chile. Abril de 1997/ Madoery, O. y Vázquez Barquero, A. (eds.) (2001). Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. Editorial Homo Sapiens.

Porter (1982). "La esencia de la formulación de una estrategia competitiva"

Porter, M. y. (2011). La creación de valor compartido: Cómo reinventar el capitalismo y liberar una oleada de innovación y crecimiento. Harvard Business Review en español.

Requier-Dejardins, D. (1998). El concepto económico de proximidad: Impacto para el desarrollo sustentable. Francia: Université de Versailles- SQ: DEA DESTIN-C3ED.

Romero, V. (2015). Estudio de mercado para la creación de un centro de capacitación de alta gerencia en la ciudad de Chiclayo. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Rueda, G. (2008). Procesos de internacionalización de la empresa: Causas y estrategias que lo promueven. Universidad de la Salle- Colombia.

Salas García, V. B. (2016). El Rol de la Asociatividad en la participación comercial de los productores agrarios : El Caso de Piura.

Sarmiento del Valle, S. (2014). Estrategias de Internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. Dimensión Empresarial Vol 12 N°1, 111-138.

Sarmiento del Valle, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergent. Dimensión Empresarial.

Silva, M. (Febrero de 2016). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/productos-organicos-del-peru-deslumbran-en-feria-mas-importante-del-mundo-del-sector/Norma>

Torres C. F. S., Daniel Josías contreras Chacán. “Análisis económico y propuesta de conversión de la producción del banano convencional a banano orgánico”. Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral GUAYAQUIL – ECUADOR.

Villarreal, L. (2005). La internacionalización de la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea. Red de revistas científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal.

ANEXOS

Anexo 2: Instrumento nº 1

Encuesta para el trabajo de tesis titulado: “RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018”; Estamos realizando una investigación sobre el impacto que tendría la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los productores de banano orgánico, con esta encuesta se pretende evaluar si puede ser viable o no la creación del centro de capacitación para su beneficio; La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus repuestas son totalmente anónimas; puede realizar cualquier consulta en cuanto a las preguntas, valoramos su criterio, Gracias.

1. ¿Cuál es su sexo?

- 1) Masculino
- 2) Femenino

2. Marca el rango de edad

- 1) 30 a 40 años
- 2) 40 a 50 años
- 3) 50 a 60 años
- 4) 60 a 70 años

3. ¿Qué razones destaca para que los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo busquen la creación de un centro de capacitación?

- 1) Área de banano orgánico instalada

- 2) Mejora de la tecnología de campo
- 3) Buscar la mejora de calidad del producto cosechado
- 4) Tendencia a buscar la internacionalización
- 5) Todas las anteriores

4. ¿Con que área de terreno agrícola instalada de banano orgánico cuenta Ud.?

- 1) 0 a 0.25 de hectáreas
- 2) 0.25 a 0.50 de hectárea
- 3) 0.50 a 1 hectárea
- 4) 1 a 3 hectáreas
- 5) Mayor de 3 hectáreas

5. Indique donde comercializa su banano orgánico cosechado

- 1) Mercado nacional
- 2) Mercado regional
- 3) Mercados local
- 4) Mercado internacional

6. ¿Le resulta rentable comercializar la fruta en el mercado nacional?

- 1) Si
- 2) No

7. ¿Considera usted que las exigencias de los mercados internacionales permiten la aplicación de nuevas tecnologías?

- 1) Si
- 2) No

8. ¿Qué porcentaje del total de su producción es exportada?

- 1) 25%

- 2) 50%
- 3) 75%
- 4) 100%

9. ¿Qué uso le da a la fruta que no es apta para ser exportada?

- 1) Venta para mercado nacional
- 2) Venta al mercado local
- 3) Consumo propio
- 4) Alimento para el ganado

10. ¿Qué métodos de manejo del cultivo de banano utiliza Ud.?

- 1) Métodos tradicionales
- 2) Métodos naturales
- 3) Métodos ecológicos

11. ¿Cuenta con personal especializado para el proceso productivo de la fruta?

- 1) Si
- 2) No

12. ¿Cree que puede ser posible la extensión de su terreno de producción?

- 1) Si
- 2) No

Anexo 3: instrumento nº 2

Encuesta para el trabajo de tesis titulado: “RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018”; Estamos realizando una investigación sobre el impacto que tendría la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los productores de banano orgánico, con esta encuesta se pretende evaluar si puede ser viable o no la creación del centro de capacitación para su propio beneficio; La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus repuestas son totalmente anónimas; puede realizar cualquier consulta en cuanto a las preguntas, valoramos su criterio, Gracias.

1. ¿Esta Ud. De acuerdo con la creación de un centro de capacitación para los pequeños de banano orgánico en el distrito de Querecotillo?
 - 1) Si
 - 2) No
2. ¿Qué aspectos prioriza Ud. en los servicios que debería brindar el centro de capacitación?
 - 6) Sobre manejo integral del cultivo de banano orgánico
 - 7) Sobre control de calidad
 - 8) Sobre comercio internacional
 - 9) Sobre gestión logística internacional
 - 10) Sobre marketing internacional
3. ¿Considera que el personal de capacitación deben ser profesionales expertos en los temas?

- 1) Si
 - 2) No
4. ¿Estaría Ud. de acuerdo que el servicio de capacitación sea contrastante y evaluado en el campo de cultivo?
- 1) Si
 - 2) No
5. Con el tipo de capacitación brindado; ¿Ambicionaría Ud. ser parte de una asociación debidamente reconocida a nivel internacional?
- 1) Si
 - 2) No
6. Para Ud. ¿El tipo de servicio del centro de capacitación debe ser?
- 1) Constante
 - 2) Temporal
7. ¿Estaría de acuerdo recibir capacitación sobre temas que involucren?
- 1) Responsabilidad social
 - 2) Medio ambiente
 - 3) Agricultura natural
 - 4) Inocuidad alimenticia
 - 5) Cooperativismo
8. ¿En qué tipo de ambiente considera Ud. que deben desarrollarse las capacitación?
- 1) Parcelas del cultivo de banano
 - 2) Local de centro de capacitación
 - 3) Local de la asociación
 - 4) Parcelas de otras localidades

9. Considera Ud. ¿Que las capacitaciones también pueden considerar?
- 1) Visitas a campos de banano fuera de la región
 - 2) Visitas a campos de otros países
 - 3) Visitas a empresas exportadoras de banano
 - 4) Visitas a plantas agroindustriales
10. ¿Estaría Ud. de acuerdo que los servicio del centro de capacitación tenga permanencia en el tiempo?
- 1) Si
 - 2) No
11. ¿Tiene Ud. conocimiento sobre las certificaciones que se exigen al banano?
- 1) Si
 - 2) No
12. ¿Estaría de acuerdo en capacitarse sobre aspectos de certificaciones actuales en banano?
- 1) Si
 - 2) No

Anexo 4: Instrumento nº3

Entrevista para el trabajo de tesis titulado: "RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018"; Estamos realizando una investigación sobre el impacto que tendría la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los productores de banano orgánico, con esta entrevista se pretende evaluar si puede ser viable o no la creación del centro de capacitación para su propio beneficio; La entrevista solo le tomara cinco minutos puede realizar cualquier consulta en cuanto a las preguntas, Gracias.

¿Cuántas hectáreas de banano orgánico tiene la asociación?

¿Aplica tecnología de punta, en el manejo de su cultivo? ¿Cual/es?

¿Tiene conocimiento de las oportunidades de mercado?

¿Sabe cómo se hace un estudio de mercado?

¿Conoce cuáles son las exigencias de calidad de los mercados internacionales?

¿Sabe Ud. que países exportan banano orgánico?

¿Sabe Ud. Que exigencias de cuidado exigen los mercados internacionales?

¿Los recursos de agua y abonos que Ud. Utiliza son certificados?

¿Ha aplicado en su cultivo de banano orgánico, alguna vez productos químicos?

¿Cuenta Ud. con los recursos económicos para tener los insumos que exige el cultivo de manera oportuna?



Ing. Agr. Evaristo Pasapera Cántora

Anexo 5: Constancias de validación de instrumentos.



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Glauco Carolina Estrada Rios con DNI N° 52483070 Magister
 en Docencia Universitaria y Gestión Educativa de profesión.....
 Desempeñándome actualmente como Docente En Negocios Internacionales

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Guía de Pautas y Cuestionario de entrevista.

Para: "RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 04 días del mes de mayo del Dos mil dieciocho.

Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Blanca Lucine Quispe Páez con DNI N° 80423090 Magister
 en Docencia Universitaria y Gestión Educativa de profesión Comunicante
 Desempeñándome actualmente como Docente En Negocios Internacionales

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Guía de Pautas y Cuestionario de entrevista.

Para: "RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad				Y	
4. Organización				Y	
5. Suficiencia				Y	
6. Intencionalidad				Y	
7. Consistencia				Y	
8. Coherencia				Y	
9. Metodología				Y	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 04 días del mes de mayo del Dos mil dieciocho.


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Paula Carolina Quisora Rio con DNI N° 0273990 Magister
 en Docencia Universitaria y Sesión de de profesión Economista
Educativa
 Desempeñándome actualmente como Docente En Negocios Internacionales

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Guía de Pautas y Cuestionario de entrevista.

Para: "RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 04 días del mes de mayo del Dos mil dieciocho.



 Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lina Guilioma Cerda Nivia con DNI N° 41903873 Magister en Administración de Empresas de profesión Administradora. Desempeñándome actualmente como Directora En Negocios Internacionales

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Guía de Pautas y Cuestionario de entrevista.

Para: "RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad			X		
7. Consistencia			X		
8. Coherencia			X		
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 04 días del mes de mayo del Dos mil dieciocho.


 Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Erin Cecilia Casado Nieto con DNI N° 41.903.873 Magister en Administración de Empresas de profesión Administradora Desempeñándome actualmente como Docente En Negocios Internacionales

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Guía de Pautas y Cuestionario de entrevista.

Para: "RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad			X		
7. Consistencia			X		
8. Coherencia			X		
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 04 días del mes de mayo del Dos mil dieciocho.


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carín Guisiliana Celeda Nieto con DNI N° 41.902872 Magister en Administración de Empresas de profesión Administradora Desempeñándome actualmente como Directora En Negocio Interno

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Guía de Pautas y Cuestionario de entrevista.

Para: "RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad			X		
7. Consistencia			X		
8. Coherencia			X		
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 04 días del mes de mayo del Dos mil dieciocho.



 Firma

Informe N° 07-2018-RAAJ OI-UCV-Piura

OFICINA DE INVESTIGACIÓN. UCV PIURA

Informe técnico de confiabilidad.

Estudiante: ONTANEDA FLORES CARLOS ALBERTO
Escuela Académica de Negocios Internacionales

Docente a tiempo completo
Oficina de investigación
MSc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ - COESPE N° 507-

Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez del instrumento para el estudio: "RAZANES DE CREACION DE UN CENTRO DE CAPACITACION PARA LA INTERNACIONALIZACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO. DISTRITO QUERECOTILLO – SULLANA 2018"

El estudiante elaboro dos instrumentos de recolección de datos:

- El **primer cuestionario consta de 10** preguntas, para aplicar a los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo con el objetivo de medir la **situación actual de los productores**,, donde el instrumento no se definen por escala en las respuestas, no pudiendo obtenerse resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al no existir homogeneidad, ni uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, no se puede usar la fiabilidad estadística. Para el tipo de instrumento definido hay un rasgo de estudio, que define en sus preguntas de manera heterogénea y su uso pretendido como instrumento al ser para estudio **se recomienda, usarlo como Instrumento válido y no calculable la confiabilidad estadística.**
- El **segundo cuestionario consta de 12** preguntas, para aplicar a los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo con el objetivo de **medir la aceptación y requerimientos que tendría la creación del centro de Capacitación**,, donde el instrumento no se definen por escala en las respuestas, no pudiendo obtenerse resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al no existir homogeneidad, ni uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, no se puede usar la fiabilidad estadística. Para el tipo de instrumento definido hay un rasgo de estudio, que define en sus preguntas de manera heterogénea y su uso pretendido como instrumento al ser para estudio **se recomienda, usarlo como Instrumento válido y no calculable la confiabilidad estadística.**

Piura, 05 de Junio del 2018


RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ
ING. EN ESTADISTICA
COESPE 507

Anexo 6: Constancia de permiso para obtener información de la asociación Valle del Chira (AVACH)

 **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
BODAS DE PLATA

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Piura, 29 de mayo del 2018

CARTA N° 033-2018/UCV-DENI

SR. CARLOS CAMPOS SEMINARIO
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN VALLE DEL CHIRA (AVACH)
PRESENTE.-

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez comunicarle que, el Sr. **Carlos Ontaneda Flores**, identificado con código de matrícula N° **7000652472** es **ALUMNO** del **X CICLO** de nuestra casa de estudios, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Carrera Profesional de Negocios Internacionales, quién está realizando su Desarrollo de Tesis denominado : “**RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018**”.

En ese sentido solicito a usted brindar las facilidades del caso para que el estudiante pueda recopilar la información necesaria para el desarrollo de su investigación.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para manifestarle mi consideración.

Atentamente,


MBA. ERIN GIULIANA CERDA NEIRA
Coordinadora de la Escuela Negocios Internacionales
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO


Carlos M. Campos Seminario
PRESIDENTE

UCV.EDU.PE

Anexo 7: Evidencias de recolección de datos

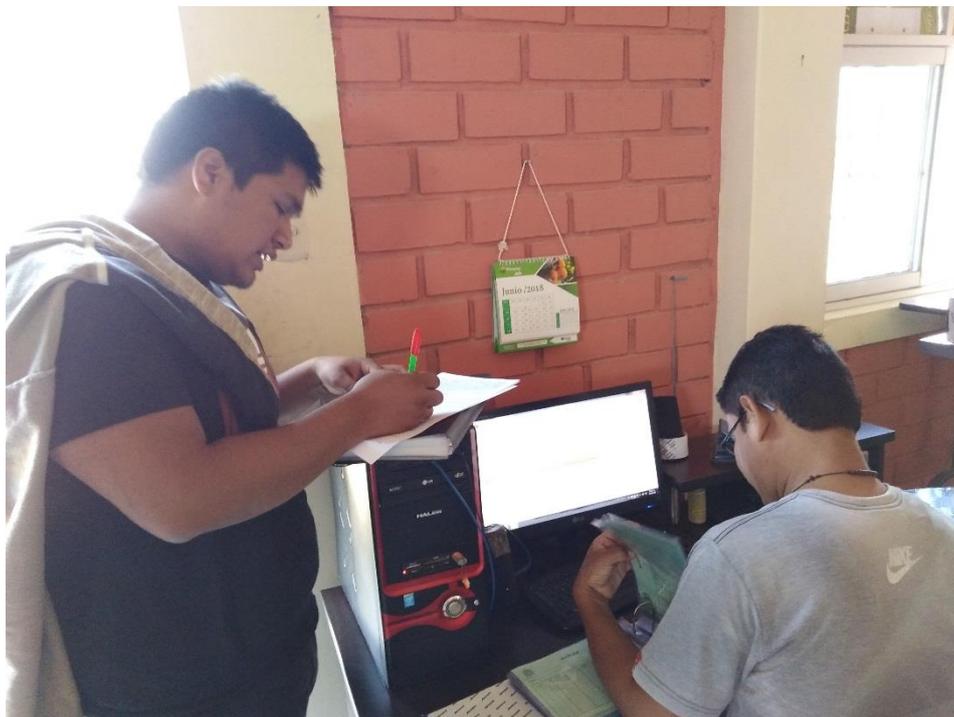


Ilustración 1: Encuesta realizada a socios de la Asociación Valle del Chira (AVACH)



Ilustración 2: Encuesta realizada a socios de la Asociación Valle del Chira (AVACH)



Encuesta realizada a socios de la Asociación Valle del Chira (AVACH)



Encuesta realizada a socios de la Asociación Valle del Chira (AVACH)



Encuesta realizada a socios de la Asociación Valle del Chira (AVACH)



Encuesta realizada a socios de la Asociación Valle del Chira (AVACH)



Entrevista al jefe de operaciones de la Asociación Valle del Chira (AVACH)

Anexos 8: fotografías del campo

Parcelas de banano del distrito de Querecotillo





Tratamiento para la fruta que es apta para ser exportada









Anexo 9: Matriz de consistencia

“RAZONES DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO. DISTRITO DE QUERECOTILLO - SULLANA 2018”

Problema general y específicos	Objetivo general y específicos	Hipótesis general y específicas	Variables e indicadores	Diseño de investigación	Población y muestra de estudio
<p>Problema general:</p> <p>¿Será beneficiosa la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico de distrito de Querecotillo?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las razones por la cuales es factible la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Será factible la creación de un Centro de Capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.</p>	<p>Variable Dependiente:</p> <p>Internacionalización</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producto de calidad. -Mayor volumen de producción -Estabilidad económica de los productores 	<p>El estudio es de enfoque</p> <p>cualitativo, cuantitativo con un diseño no experimental, de corte transversal y con un alcance descriptivo - explicativo</p>	<p>Población:</p> <p>En el presente proyecto de investigación la población estará constituida por los pequeños productores de banano orgánico pertenecientes a la Asociación Valle del Chira (AVACH).</p>

<p>Problema específicos:</p> <p>¿Existe un desconocimiento de la situación real de los productores de banano orgánico en el distrito de Querecotillo?</p> <p>¿Se desconocen las exigencias técnicas requeridas por los pequeños productores en lo que respecta a los servicios que debe brindar el centro de capacitación?</p>	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>Efectuar el diagnóstico de la situación actual de los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.</p> <p>Identificar las exigencias técnicas de los productores en lo que respecta a los servicios que debe brindar el centro de capacitación.</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>El diagnóstico de la situación real de los productores es determinante para lograr la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.</p> <p>El conocimiento de las exigencias técnicas requeridas por los pequeños productores orienta a un servicio eficiente por parte del centro de capacitación.</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Centro de capacitación.</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Exigencias técnicas - FODA -Asociatividad 		<p>Muestra:</p> <p>Constituida mediante fórmula estadística.</p>
---	---	---	---	--	---

<p>¿Las fortalezas y debilidades de los productores influyen sobre la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los productores de banano orgánico?</p>	<p>Identificar las fortalezas y debilidades de los productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo.</p>	<p>La identificación de fortalezas y debilidades son necesarias de conocer para la creación de un centro de capacitación para la internacionalización de los pequeños productores de banano orgánico del distrito de Querecotillo, puede ser factible.</p>			
---	---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia