



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN GESTIÓN
PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

Estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera, Alto Amazonas, 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

AUTOR:

Tuesta Hidalgo, Oscar Alejandro (ORCID: 0000-0003-2231-9365)

ASESOR:

Dr. Barbarán Mozo, Hipólito Percy (ORCID: 0000-0002-9316-202X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de políticas públicas y del territorio

TARAPOTO – PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres: Edwer y Nanci por brindarme su apoyo incondicional y entera confianza, por sus sabios consejos que me sirvieron de mucho para poder cumplir con la meta trazada.

A Reysa De Jesús, mi pareja ideal, por comprenderme y apoyarme con sus motivaciones constantes a seguir adelante.

A Iris Kassandra y Oscar Alejandro mis hijos que representan mi inspiración mi motivación, y mi fortaleza.

Óscar

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a personalidades e instituciones quienes me brindaron información, conocimientos y datos. Sin esa exhaustiva recopilación el presente informe de tesis habría quedado para siempre en una ilusión imposible de cumplir.

Resulta una acción de conducta ineludible agradecer a cada uno de los 173 sujetos de la muestra, todos ellos, productores de palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas, sin el aporte de tales trabajadores, no hubiese sido posible realizar la investigación que ahora se está informando.

Como es obvio, un agradecimiento y mención especial se merece la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, alma máter, tanto en mi formación académica como en el proceso de investigación.

Finalmente, quiero dar las gracias a la buena fortuna de haberme encontrado con un excelente asesor, el Dr. Hipólito Percy Barbarán Mozo, maestro y estratega en didáctica y pedagogía asociada a la investigación científica.

El autor

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	17
III. METODOLOGÍA.....	22
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	22
3.2 Variables y operacionalización.....	23
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	24
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...	26
3.5 Procedimientos.....	27
3.6 Métodos de análisis de datos.....	28
3.7 Aspectos éticos.....	29
IV. RESULTADOS.....	30
V. DISCUSIÓN.....	35
VI. CONCLUSIONES.....	39
VII. RECOMENDACIONES.....	41
VIII. PROPUESTA.....	43
REFERENCIAS.....	66
ANEXOS.....	68

Índice de tablas

Tabla 01: Situación del desarrollo socio económico sostenible agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas, 2021.....	30
Tabla 02: Situación del desarrollo socio económico rentable agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas, 2021.....	30
Tabla 03: Situación del desarrollo socio económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas, 2021.....	31
Tabla 04: Nivel de sistematicidad de la estrategia socioeconómica “Schultz-Lewis”.....	32
Tabla 05: Nivel de contribución de la estrategia socioeconómica Schultz-Lewis”.....	33
Tabla 06: Nivel de prospectiva de la estrategia socioeconómica “Schultz-Lewis”.....	34

Resumen

Estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera de Alto Amazonas, vertebran el problema, hipótesis y objetivos en la presente investigación. Para la identificación del problema, la muestra ha sido de 173 sujetos, mientras que para la validación de la propuesta “Schultz-Lewis” ha sido de 5 expertos. Método científico, método de las ciencias sociales para la sistematicidad de la propuesta “Schultz-Lewis” y paradigma cuali-cuantitativo priman en la investigación. Escala Likert y análisis de contenido han sido las técnicas de recolección de información. El corpus teórico conceptual de la propuesta “Schultz-Lewis” resulta de la combinación de varios componentes: finalidad, estudio de mercado, estructura de sostenibilidad, estudio técnico, entre otros. Su soporte teórico transdisciplinar se fundamenta en teorías de las ciencias sociales: especialmente de Administración, Economía y Contabilidad, sumándose las que provienen de las ciencias naturales y formales. La contrastación estadística de hipótesis se encauza en el diseño de “La investigación descriptiva simple” y en el cálculo de frecuencias, datos que generan estas conclusiones: la sistematicidad de la propuesta “Schultz-Lewis” ha adquirido validez y tiene posibilidades de generalización porque evidencia praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera en el Alto Amazonas.

Palabras clave: estrategia, desarrollo económico, palma aceitera.

Abstract

Socioeconomic management strategy "Schultz-Lewis" for the sustainable and profitable economic development of the oil palm agroindustrial of Alto Amazonas, backbone the problem, hypotheses and objectives in the present investigation. For the identification of the problem, the sample consisted of 173 subjects, while for the validation of the propuesta "Schultz-Lewis" proposal, it consisted of 5 experts. Scientific method, social science method for the systematicity of the "Schultz-Lewis" proposal and qualitative-quantitative paradigm prevail in the investigation. Likert scale and content analysis have been the information gathering techniques. The theoretical-conceptual corpus of the "Schultz-Lewis" proposal results from the combination of several components: Purpose, market study, sustainability structure, technical study, investment and finance study, marketing tactic and theoretical core. Its transdisciplinary theoretical support is based on theories of the social sciences, particularly those of Administration, Economics and Accounting, adding those that come from the natural and formal sciences. The statistical testing of hypotheses is channeled in the design of "Simple descriptive research" and in the calculation of frequencies, data that generate these conclusions: the systematicity of the "Schultz-Lewis" proposal has acquired validity and has generalization possibilities, for how much evidence praxiology for the sustainable and profitable economic development of oil palm in the Upper Amazon.

Keywords: strategy, economic development, oil palm

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la sostenibilidad es una palabra de uso frecuente que se relaciona con el desarrollo sostenible en múltiples dimensiones vitales como el desarrollo socio biológico-ambiental, el desarrollo socioeconómico, el desarrollo sociocultural y el desarrollo socio político. Lo aquí se aborda es la sostenibilidad ligada a la rentabilidad contextualizadas en la biodiversidad y el subdesarrollo socioeconómico de los productores palma aceitera en la provincia de Alto Amazonas, en el Perú y en el mundo.

Si de resultados se trata, acerca del desarrollo económico sostenible y rentable en lo que se refiere a la palma aceitera, Rao (2004) revela que: A partir de la siembra comercial de unas pocas hectáreas en 1917, la industria palmera en Malasia se ha transformado en una multibillonaria industria de 3,7 millones de hectáreas que reemplaza una cantidad significativa de la demanda mundial de aceites comestibles. (p. 1). Malasia, país ubicado en el sureste asiático, es citado a menudo como una muestra mundial de agroindustria exitosa de palma aceitera. Sin embargo, al 2020 el Consejo del Aceite de Palma de Malasia (MPOC), Kalyana Sundram, dijo que la demanda de este aceite vegetal más utilizado en el mundo podría “tocar fondo” después de los impactos provocados por el COVID-19 y la posible recuperación lenta.

Al margen del impacto del COVID-19 en el horizonte, antes del 2020, los resultados según Rao (2004) se concentra en las conclusiones siguientes: En términos de sostenibilidad económica, la industria palmera en Malasia debe enfrentar dos problemas y dos tendencias. El primer problema es que la industria debe lograr una ganancia en productividad mayor al declive del precio del producto (...) Un tema que demanda más investigación es la producción de metano del sistema de tratamiento de efluentes. (pp. 105 y 106). La intelección de las conclusiones descritas ha dado lugar a otra alternativa: la certificación del aceite de palma sostenible de Malasia, que requiere que se cumplan con las normas de protección ambiental y las de los derechos de los trabajadores a concretarse en el 2020-2021.

Ahora, se citará otra evidencia exitosa sobre el desarrollo económico sostenible y rentable relacionado con la palma aceitera escrutada del estudio: “La palmicultura colombiana: sostenibilidad económica, social y ambiental”, publicado por Pertuz y Santamaría (2014) quienes refieren varias aristas entre las que están las que a la autoría de la presente revisión le interesa: alianzas estratégicas, la capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos, la capacidad de gestión, solidez y permanencia, capacidad para adecuación a cambios tecnológicos. Así mismo, se necesita conocer las evidencias de la rentabilidad en términos de valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR).

Acerca de las alianzas estratégicas, he aquí lo que esgrimen Pertuz y Santamaría (2014): Según FEDEPALMA, la evaluación a 23 alianzas que conforman al modelo de Alianzas Productivas Estratégicas (...), muestra que hay una mayor facilidad para la financiación, asistencia técnica y mayor formalización de relaciones con el Estado. Factores por mejorar: el estado sanitario de los cultivos, (...) Vidal y Villaroel (2011: 148-157), en estudio realizado en María La Baja (Bolívar), consideran que el sistema de alianza estratégica entre pequeños productores de palma de aceite y los grandes productores y/o extractores genera beneficios a ambas partes y permite el sostenimiento económico de todos los involucrados. (Citado por Pertuz y Santamaría p. 178). Precisamente, son los beneficios mutuos, la razón de una o más alianzas estratégicas, porque conllevan a la suma de sinergias combinadas de la mejor experiencia de cada empresa u organización.

Entiéndase que una alianza estratégica es la asociación, convenio o acuerdo de cooperación o colaboración que se realiza entre dos o más empresas, con la finalidad de obtener beneficios comunes tales como aumentar la producción, reducir costos, mejorar la rentabilidad, conseguir más clientes, acceder a nuevos mercados y canales de distribución, transferir tecnología, etcétera. En lo que, a capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos, se necesita saber, queda elucidada en la cita de Pertuz y Santamaría (2014) que se anota a continuación: Las grandes inversiones en los cultivos de palma tienen que estar soportadas en diversas variables como la capacidad económica para establecer la plantación y esperar tres (3) o cuatro (4) años para obtener su fruto; (...) el poder político para influenciar las decisiones gubernamentales; y la posibilidad de invertir en infraestructura para la

distribución (Mingorance *et al*, 2004: 24, 25). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 177). Estas son situaciones, que tienen que preverse y planificarse, precisamente, en una estrategia de gestión socioeconómica sui géneris.

Las mayores entradas se dan a partir del año seis (6) y para optimizar los costos fijos y ser competitivo, según FEDEPALMA, se requieren 5.000 hectáreas en promedio (citado por Ocampo, 2009: 176,177). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 177). Seis años de espera, mientras tanto las personas responsables de la administración de la producción tienen que planear y tomar decisiones plasmadas en una estrategia de gestión socioeconómica peculiar.

En verdad, es todo un desafío de sobrevivencia a las fluctuaciones de mercado de la palma aceitera, entre otros factores cardinales; sin embargo, en perspectiva prospectiva resulta factible, es por eso que Pertuz y Santamaría (2014) expresan: La palma aceitera, es un cultivo altamente productivo por hectárea/año. En el mercado mundial su precio es bajo y estable cotejado con otros aceites vegetales, haciéndolo altamente competitivo en este mercado y viable económicamente para el biodiesel (Avellaneda, 2010: 6). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 177). Existen otros factores que los productores tienen que prever y planificar: facilidad para conseguir préstamos crediticios, posibilidad de integrar las plantaciones con la industria extractora y refinadora, acceso al poder político para influenciar en las decisiones gubernativas, etcétera.

Respecto a la capacidad de gestión lo que expresan Pertuz y Santamaría (2014) es la siguiente: Entre los años 1996 y 2006 la participación promedio de valor agregado de la producción de aceite de palma en el PIB colombiano es de 1.6% con un crecimiento anual de 3.5%. En las exportaciones, los principales beneficios económicos se dan entre los comercializadores, transformadores y grandes productores, dejando por fuera a los pequeños cultivadores (Pérez, 2010: 5). Las perspectivas al 2020 pretenden multiplicar la producción a 3.5 millones, e incrementar la productividad a 5.5 toneladas, con una tasa de crecimiento del 8% anual y un crecimiento de exportaciones de un 78% (Sánchez, 2009: 3). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 177). Evidentemente, los pequeños productores de palma aceitera, como los del Perú y Latinoamérica no son tan favorecidos.

Ahora bien, es necesario conocer acerca de la solidez y permanencia, dimensión que se desprende de la variable desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, situación sobre la que Pertuz y Santamaría (2014) dicen: “El cultivo requiere de un alto nivel de inversión para su establecimiento, debido a la preparación y mantenimiento del terreno en los primeros años improductivos, y al montaje de la infraestructura necesaria, desde la explotación hasta la extracción del aceite.” (Martínez *et al*, 2005: 20). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 177). Nuevamente esta situación pasa por pensar en una estrategia de gestión socioeconómica con objetivos y metas que se constituya en una senda para los pequeños y medianos productores: alianzas estratégicas, unidad de pequeñas empresas, organización de quienes son los actores de la producción, si las alianzas estratégicas son con capitales extranjeros las reglas deben favorecer a la producción nacional.

La capacidad para adecuación a cambios tecnológicos, es otra dimensión que se desprende del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, sobre la cual Pertuz y Santamaría (2014) reseñan lo siguiente: El cultivo de palma aceitera es exitoso en el país en la última década debido a una proyección estratégica internacional, que tiene como base un “sistema organizacional especializado”, (...) En la región de los Montes de María, los campesinos señalan que las tierras, en su gran mayoría, pertenecen a una sola familia (Prete *et al*, 2010: 8). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 177). Lo que aquí se colige es que las nuevas tecnologías han sido asimiladas, tanto por los campesinos propietarios de las tierras de cultivo como por los dueños de las tierras de una sola familia; siendo así, la optimización de la gestión encausa, también, a una adecuada toma de decisiones. Bueno, en la agricultura, en el comercio u otra actividad económica en el Perú las empresas se constituyen por familias particularmente de origen andino.

No obstante, la adecuación a los cambios de la tecnología, existen problemas medulares que lindan con la propiedad de la tierra, los medios de producción y la plusvalía. Es por eso que Pertuz y Santamaría (2014) dicen: La sostenibilidad económica del cultivo de palma de aceite tiene visiones encontradas en lo que respecta al pequeño y mediano productor, aunque la mayoría de autores considera que los

pequeños productores no disfrutaban de los beneficios económicos. (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 178). Definitivamente, hay intereses opuestos. Los propietarios de las empresas exportadoras difícilmente compartirán la ganancia con los pequeños productores quienes prácticamente sólo venden su fuerza de trabajo. Como no puede ser de otra forma en una economía de mercado neoliberal capitalista florece la plusvalía en su expresión absoluta y relativa.

Un punto de vista diferente es el que considera que la actividad palmera aumenta el empleo y les da estabilidad económica a los palmeros. En regiones como Tumaco, es percibida, entre otros aspectos, como una fuente de ingresos para la mano de obra no calificada (Perfetti *et al*, 2003:112). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 178). En verdad, el interés no pasa por el aumento del empleo de los palmeros, sino de que se mantenga esa mano de obra barata. Tampoco la esperanza para los productores medianos y pequeños estriba en la capacitación asociativa vinculada a Ongs.

Los pequeños y medianos productores pueden tener conocimiento acerca de la constitución de la asociación, pero lo que no tienen es capital para participar con acciones, títulos o valores financieros que le den derecho sobre la propiedad de la empresa. Lo común, es que mientras más acciones tiene una persona, mayor poder de decisión o impedimento tendrá sobre la economía de la empresa.

Finalmente, en lo que se trata de rentabilidad en términos de valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR), Pertuz y Santamaría (2014) refieren lo siguiente: En cuanto al rendimiento del aceite de palma, este presenta una reducción de 8.3% en el año 2012, al pasar de 3.54 a 3.25 ton/ha. (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 177). Para entender en forma clara la productividad, se necesita que la clase trabajadora en palma aceitera entienda el valor actual neto (VAN).

El valor presente neto (VAN) es una medida financiera utilizada para determinar la viabilidad de un proyecto. Sin embargo, la producción de aceite de palma en Colombia es menos competitiva que la de los principales países con menores costos de producción. Pero los costos de producción más altos se trasladan a los usuarios finales. “reduciendo su bienestar” (Cortés *et al*, 2012: 95). (...). (Citado por Pertuz y

Santamaría, p. 177). Definitivamente, la competitividad colombiana con las empresas de Malasia e Indonesia, no sólo es difícil sino es casi imposible.

La Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite de Colombia no puede competir con las empresas de Indonesia que pertenecen al Grupo Sinar Mas, al Grupo de Wilmar, a la Asociación de BGA (Bumitama Gunajaya Agro) junto al Grupo de IOI; al Grupo de Mas Musim y al Grupo de Lestari Astra, entre otras, Tampoco se puede competir con las empresas de Malasia: Shin Yang, Nestlé, Marks & Spencer's y General Mills.

El ejercicio fiscal de INDUPALMA S.A., organización perteneciente a FEDEPALMA, ha sido sólido desde el año 2006, con mayor impacto en la contratación de trabajadores, apoyo a proveedores y unidades empresariales autónomas incluidas en cooperativas de trabajo asociativo (INDUPALMA, 2011: 38,39). (Citado por Pertuz y Santamaría, p. 178). En la actualidad, 2020-2021, la situación ha cambiado, obviamente hay rentabilidad para los dueños de los medios de producción. INDUPALMA S.A. es propiedad del grupo controlado por Daniel Haime Gutt y al 2020 enfrenta problemas con la clase trabajadora representada por el Sintraproaceites, complicaciones que lindan con la liquidación de la empresa.

A continuación, se citará otra evidencia, pero ya no sobre el desarrollo económico sostenible y rentable relacionado con la palma aceitera, sino de un estudio comparativo de la situación y perspectivas del cambio de uso de suelos ocasionado por la instalación de monocultivos de palma aceitera en los bosques amazónicos de Colombia, Ecuador y Perú: "Cambio de uso de suelos por agricultura a gran escala en la Amazonía andina: el caso de la palma aceitera", publicación en la que se reseña una descripción del cultivo de la palma aceitera en esa región y discute los factores de su desarrollo, la conexión con procesos históricos de ocupación de la Amazonía, sus impactos sociales y ambientales (actuales y potenciales), así como los marcos regulatorios que intentan ordenar y prevenir la deforestación relacionada con la plantación indicada, tal como se relata en el documento de Dammert (2014): En el caso de Colombia, la abundancia relativa de tierra fértil en otras zonas del país y la falta de seguridad asociada a la violencia política en los bosques amazónicos han disminuido la presión sobre ellos. (...) (Dourojeanni et al., 2009, citado por Dammert, 2014, p. 7). La percepción es que se trata de tres países de la Amazonia, pero que

las zonas en las que se cultiva la palma aceitera hay oportunidades y debilidades distintas.

Al ocuparse de los impactos socio-ambientales, actuales y potenciales, Dammert (2014) expresa: Los principales impactos sociales y ambientales de la palma aceitera en la Amazonía son, por un lado, las dinámicas de desposesión que afectan a los campesinos colonos y, por otro, la deforestación. (...). La palma puede reemplazar otros usos del suelo, pero siempre y cuando estos no lo hayan degradado al punto de que haya perdido sus nutrientes o esté acidificado. (p. 9). El sentido común de cualquier congénere, aunque no sea ambientalista, pasa por pensar con sensatez: en cualquier zona de la Amazonía que se tale bosque y se cultive palma aceitera habrá impactos ambientales negativos.

La palma aceitera mono-cultivada a gran escala implica, cambio del uso de los suelos de forestal a agrario y de grandes áreas de tierras. Sin embargo, en el mercado existe un déficit de producción de aceites vegetales y una de las alternativas pasa por la agroindustria de palma aceitera, entonces la recomendación es que se adopte una estrategia de gestión socioeconómica en la que se planifique con criterios técnico-ambientalistas en toda la Amazonía.

La conservación y protección ambiental pasa también la infracción de la legalidad y el fenómeno de la corrupción, tal como con claridad narra Dammert (2014): Los marcos regulatorios en los tres países protegen a los bosques amazónicos a través de diversos mecanismos, como el establecimiento de áreas naturales protegidas, reservas forestales, bosques de producción permanente y tierras indígenas, además de distintos procedimientos que regulan el cambio de uso de los suelos. (p. 9). La Amazonía ha sido talada porque el aceite de palma es un negocio lucrativo. Siendo así, se presume la existencia de una conexión entre deforestación, comercio ilegal de tierras y corrupción de funcionarios.

He aquí, un párrafo que atañe a un pecado capital, según lo que dice OXFAN Internacional (2018): Romero, el actor económico más grande del país, ya opera 22 500 hectáreas de plantaciones de palma aceitera y está solicitando la asignación de más de 34 000 hectáreas de tierras públicas adicionales para la palma aceitera (Párr. 6). Se entiende que, si se transgrede la ley emitiendo títulos de propiedad, entonces se está frente, no de un indicio sino de una evidencia o un hecho de corrupción de funcionarios.

Como también, es de dominio público, desde hace tiempo, el “Grupo Melka” conducido por Denis Melka, empresario y dueño de un conglomerado de 25 empresas dedicadas a diversos rubros en el Perú, despliega un modelo de negocios que involucra la obtención de terrenos para la plantación de palma aceitera, hecho que en Malasia ya llevó a un impacto ambiental negativo relativo a la deforestación.

La prospectiva consustancial al desarrollo económico sostenible y rentable derivada de la agro industrialización de palma aceitera es la que se escruta del artículo “La agroindustria de la palma de aceite en América”, publicado por González (2016): Se estima que en el año 2050 la población mundial alcanzará 9.100 millones de habitantes, convirtiéndose la demanda por alimentos en un factor decisivo para la sostenibilidad de las personas, muchas de ellas en condición inferior a los niveles de alimentación adecuados. (p. 216). Al margen de las críticas, la agroindustria de la palma aceitera es una oportunidad para el desarrollo económico y sostenible.

En esa lógica, la proyección en América, acorde con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, muestra una tendencia de producción de alimentos creciente hacia el 2050, tal como se entiende en una cita más de González (2016): Teniendo en cuenta el crecimiento de la demanda de aceites y grasas per cápita, para el 2050 se requerirán 150 millones de toneladas adicionales de aceites y grasas vegetales. (p. 217). La agroindustria, en términos de proyección, sustituye a la producción de hoja de coca asociada a crimen, deforestación, violencia social organizada y contaminación ambiental en la década de los 70 y 80, particularmente en los países amazónicos de Perú, Colombia y Bolivia.

La comparación de producción mundial de las principales grasas y aceites, entre los que provenientes de palma en el 2014 resulta considerable, razón por la que González (2016) expresa: Respecto a la producción mundial de aceites y grasas, en 2014 fue de 200 millones de toneladas, de las cuales el aceite de palma aportó 33 % del total mundial, siendo el aceite más utilizado para suplir la demanda mundial, seguido por el aceite de soya, con 22 %, y en tercer lugar el aceite de colza, con un aporte de 14 %. (...) (p. 218). De la cita se colige, que la oportunidad es para los trabajadores que participan en la producción de palma aceitera y su consiguiente industrialización.

Resultados relativos a una estrategia de gestión socioeconómica para el desarrollo económico sostenible y rentable derivada de la agro industrialización de palma aceitera, específicamente no se ha encontrado, salvo la publicación del estudio “Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad. Caso: Empresa INDEMA Perú S.A.C.” de Zurita, Pucutay, Córdova y León (2019) quienes describen: Los factores que dificultan la baja rentabilidad son los altos costos de producción asociados con los costos de mano de obra, los costos de materias primas y otros costos indirectos de fabricación, así como los altos costos de los recursos humanos y técnicos. Para solucionar el problema se sugiere lo siguiente. Aumente los ingresos, adquiera nuevos clientes a través de estrategias de ventas y utilice estrategias de marketing en base a las 4P: a) Producto, la calidad que busca todo emprendedor para ofrecer a sus consumidores, con la finalidad de satisfacer sus necesidades; (...). (Morelos y Nuñez, 2017; Quinde y Ramos, 2018; Villegas, Hernández y Salazar, 2017; Ferré y Ferré, 1996; Kotler y Armstrong, 2003; Meoño y Escoto, 2006; Porter, 2005; Sallenave, 2002). (Citado por Zurita, Pucutay, Córdova y León, p. 32). Evidentemente, los factores que se presentan en las finanzas y en la economía oscilan entre favorables y desfavorables.

En ese orden de conceptos teórico-prácticos, la estrategia de gestión socioeconómica y el desarrollo económico sostenible y rentable, se entiende que son variables propias de la Economía, Administración, Contabilidad, entre otras ciencias afines. Por consiguiente, su praxiología como experiencia práctica posible se describe, ex-

plica y predice en las legalidades en términos de principios, leyes y reglas que configuran su teoría y su práctica de estos campos del conocimiento de carácter científico.

En la interpretación de las ratios financieras de rentabilidad según el análisis cuantitativo, se determinó que el ROA (Return on assets) disminuyó en los últimos tres años (en el año 2016, 0.86%, año 2017, 0% y en el año 2018, 0.36%), por lo tanto, el rendimiento que generó la empresa producto de su inversión se redujo anualmente en un 0.40% aproximadamente.

Respecto al indicador ROE (Return on equity), los resultados disminuyeron a consecuencia de los altos costos de servicios, para el año 2016 fue de 2.25%, en el año 2017 de 0% y para el año 2018 de 0.27%, por ende, los resultados no fueron los deseados por los accionistas de la entidad. (p. 33). En resumen, la cita de los autores trata de reducciones e incrementaciones, así como de las acciones que se recomienda para la superación de los factores inherentes a la gestión y al desarrollo socioeconómico sostenible y rentable.

La realidad problemática descrita, obviamente atañe directamente a la vida agrícola ubicada en el ámbito de la Amazonía, sobre todo de aquellas que se dedican a la producción de palma aceitera y que, han experimentado tanto fracasos como éxitos, tal es caso singular que ocurre en la provincia de Alto Amazonas, allí subyace un problema real: **subdesarrollo socioeconómico sostenible y rentable de los productores palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas**. Esta realidad es la que ha dado origen al pensar y de allí a la sistematicidad de la estrategia de gestión socioeconómica, denominada “Schultz-Lewis”, en honor a los economistas quienes obtuvieron el Premio Nobel de Economía 1979. En la referida estrategia se evidencia praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera. Esa perspectiva, ha sido la que ha conllevado a la validación de la referida estrategia mediante una investigación proyectiva sobre la base de una descriptiva, cuyo problema guía se enuncia en la siguiente formulación: **¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en perspectiva de aplicarse y**

favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Problemas específicos de investigación. De modo semejante, se han formulado 08 problemas específicos, en los que se combinan las dimensiones del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización y sus dimensiones:

Primer problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en **alianzas estratégicas** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Segundo problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con **capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Tercer problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con **capacidad de gestión** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Cuarto problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con **solidez y permanencia** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Quinto problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con **capacidad para adecuación a cambios tecnológicos** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Sexto problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera **en valor actual neto (VAN)** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Séptimo problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera **en tasa interna de retorno (TIR)** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

Octavo problema específico. - ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera **en coeficiente costo beneficio (CCB)** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?

La investigación de carácter proyectiva sobre la base de una investigación descriptiva responde a objetivos y a causas. En ese sentido, los objetivos y las causas orientan la sistematización de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” mediante acciones configuradas en procedimientos u operaciones concurrentes en la evidencia de la praxiología hacia la sostenibilidad y rentabilidad. Dedúzcase, que si una estrategia de gestión socioeconómica de palma aceitera evidencia praxiología en la sostenibilidad y rentabilidad, resulta de conveniencia imperativa en cualquier espacio social que se efectúe.

Hecha la sistematicidad de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, ahora si se implementa, beneficiará a un segmento poblacional que oscila entre 30 y 49 años, de una población de 62 903 habitantes según el XII Censo de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas 2017; esta población hace que la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” en agro-industrialización de palma aceitera tenga relevancia social con fundamento consistente.

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para los productores, tiene ahora y tendrá **implicancias prácticas**, puesto que conllevará a que se revierta la escasa sostenibilidad y rentabilidad como consecuencia del subdesarrollo socioeconómico de los productores de palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas en sus 7 dimensiones.

La sistematicidad ha tenido éxito revelado en la opinión de la muestra de expertos, implica que apoyándose en la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” en agro-industrialización de palma aceitera se alcanzará evidencia praxiología en la sostenibilidad y rentabilidad como para aplicarse a sus productores de la provincia de Alto Amazonas, en esa lógica común, la propuesta ha alcanzado valoración teórica amparado en las teorías que emana de la Administración, Contabilidad, Economía, ciencias agrarias entre otras en la que se sustenta su sistematicidad. Es decir, que dicha imbricación teórica transdisciplinaria viabiliza ahora la explicación de causa-efecto, explicando el por qué, cómo y cuándo ocurre la evidencia praxiológica de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”.

Por todos los conceptos científico-tecnológicos, los instrumentos de medición de la evidencia praxiológica de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en sus dimensiones se ha efectuado el proceso estadístico y conceptual para darle validez y fiabilidad. Los referidos instrumentos son los siguientes: Test de análisis de contenido para la medición de la sistematicidad de la estrategia de gestión “Schultz-Lewis”. Test para la medición de las evidencias de praxiología existentes en la estrategia de gestión “Schultz-Lewis” para el desarrollo socio económico sostenible y rentable. Test para la medición de la situación del desarrollo socio económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera acorde a la percepción de los productores de la provincia de Alto Amazonas.

Los propósitos que se han logrado en conexión precisa con las presunciones al concluirse el proceso de investigación son: Objetivo general.- Evaluar las evidencias de praxiología escrutadas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, sistematizado de acuerdo con los estándares que tipifican a un plan sistémico sobre la base de matrices preexistentes consustanciales a la criterialidad examinativa de sus teorías nucleares que configuran corpus teórico-práctico, así como

de sus condiciones inexcusables y desiderativas para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

Emanado del objetivo general en ligazón con las hipótesis se han establecido y alcanzado los objetivos específicos: Examinar la descripción, explicación, definición conceptual y operacional del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera y de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, como teoría y práctica, estudiado de acuerdo a las conceptualizaciones científicas que revelen evidencias praxiológicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

□ Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en capacidad de gestión en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en solidez y permanencia en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeco-

nómica “Schultz-Lewis”, en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en capacidad para adecuación a cambios tecnológicos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. □ Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en valor actual neto en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en tasa interna de retorno en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

Sobre la base de las teorías y sus funciones mediante las que se hace la descripción, explicación y predicción se han formulado las presunciones que se expresan a continuación **H₁**: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

H_{1.1}: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. **H_{1.2}**: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. **H_{1.3}**: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiolo-

gía significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad de gestión en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. **H_{1.4}**: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con solidez y permanencia en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. **H_{1.5}**: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad para adecuación a cambios tecnológicos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. **H_{1.6}**: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en valor anual neto (VAN) en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. **H_{1.7}**: Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en tasa interna de retorno (TIR) en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito mundial se ha encontrado la investigación: “Sostenibilidad económica, social y ambiental de la producción de aceite de palma en Malasia. Discusión y tendencias del mercado” orientada desde Kuala Lumpur, Malasia, siendo las conclusiones las que se describen tal como lo formula su autora Rao (2004): Un tema que requiere más investigación es la producción de metano del sistema de tratamiento de efluentes. Buenas políticas agrícolas como la aplicación balanceada de nutrientes y el uso de técnicas de manejo integrado de plagas han ayudado a mantener bajo control la contaminación y la lixiviación en la industria del aceite de palma. (pp. 105 -106). Malasia, país ubicado en el sureste asiático, es citada a menudo como una muestra mundial de agroindustria exitosa de palma aceitera. Sin embargo, al 2020 el Consejo del Aceite de Palma de Malasia (MPOC), Kalyana Sundram, dijo que la demanda de este aceite vegetal más utilizado en el mundo podría “tocar fondo” después de los impactos provocados por el COVID-19 y la posible recuperación lenta.

En Colombia se ha encontrado la investigación denominada: “La palmicultura colombiana: sostenibilidad económica, social y ambiental”, orientada desde la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño, cuyas conclusiones se describen tal como lo han redactado sus autores Pertuz y Santamaría (2014): La revisión bibliográfica muestra que la palmicultura es sostenible económicamente para el gran empresario, dada la productividad y rentabilidad del cultivo, aunque no es cercano a lo visto en los países líderes. (...). La palmicultura no es sostenible social ni ambientalmente, puesto que en muchas partes del territorio ha estado ligada a las violaciones de los Derechos Humanos. (p. 182). Dos situaciones claras: la sostenibilidad económica y la insostenibilidad ambiental. Claro está que el que determina es el poder de quienes ostentan el poder económico.

La agroindustria de la palma aceitera no avizora sostenibilidad social-ambiental, puesto que en diversas partes del territorio amazónico está se relaciona con el deterioro de la biodiversidad y con la violación de los Derechos Humanos. Además, la alimentación sana es amenazada por los extensos monocultivos de palma aceitera.

En el ámbito sudamericano, particularmente en Colombia, Ecuador y Perú se ha encontrado la investigación denominada: “Cambio de uso de suelos por agricultura a gran escala en la Amazonía andina: el caso de la palma aceitera”, encaminada desde la Unidad de Apoyo de la Iniciativa para la Conservación en la Amazonía Andina (ICAA) liderada por International Resources Group (IRG) y sus socios. Siendo las conclusiones las que se describen a continuación tal como lo ha redactado la autoría representada por Dammert (2014): Orinoquía. Es posible, sin embargo, si el país consolida el proceso de pacificación iniciado recientemente, la seguridad en la Amazonía se garantice y pueda desarrollarse de forma más sostenida la infraestructura y la agricultura. (...). A pesar de no haber un boom de la palma aceitera en la Amazonía Andina, hay una tendencia al crecimiento. Como hemos visto, la palma aceitera se vincula con relativa facilidad con dinámicas de despojo de tierras. (pp. 65 -67). La investigación referida, se ha constituido en un insumo relevante para el presente informe.

El cultivo de la palma aceitera en la región de la Amazonía andina se ha discutido en varios factores principales para su desarrollo, la conexión con procesos históricos de ocupación de la Amazonía, sus impactos sociales y ambientales (actuales y potenciales), así como los marcos regulatorios que intentan ordenar y prevenir la deforestación relacionada con la plantación indicada.

En el ámbito latinoamericano, específicamente en Ecuador, Colombia, Honduras y Perú se ha encontrado la investigación denominada: “La agroindustria de la palma de aceite en América”, encaminada desde la Unidad de Planeación Sectorial y Desarrollo Sostenible de Fedepalma, siendo las conclusiones las que se describen a continuación tal como lo ha redactado su autora González (2016): Se hace necesario en la región americana mejorar el rendimiento de los cultivos de palma y aceite, mediante el uso de buenas prácticas agrícolas, prevención y tratamiento de enfermedades, lo que permitirá alcanzar un mejor desarrollo de las áreas cultivadas y en crecimiento de cada uno de los países cultivadores. (p. 228). El estudio descrito se ha constituido, también, en un referente de suma importancia para la investigación que aquí se está reportando ahora.

La agroindustria, en términos de proyección, sustituye a la producción de hoja de coca asociada a crimen, deforestación, violencia social organizada y contaminación ambiental en la década de los 70 y 80, particularmente en los países amazónicos de Perú, Colombia y Bolivia.

En el Perú se ha encontrado la investigación titulada: “Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad. Caso: Empresa Indema Perú S.A.C.”, encaminada desde la Universidad Norbert Wiener, siendo las conclusiones las que se describen a continuación tal como dicen sus autores Zurita, Pucutay, Córdova y León (2019): Las estrategias financieras son instrumentos esenciales para extender las ganancias de la empresa (Ahumada & Perusquilla, 2016), así mismo contribuyen a apoderarse de una colocación más competitiva en el sector, sin embargo, dichas maniobras no son aprovechadas de manera adecuada, en consecuencia, no permite generar ganancias en un periodo determinado (Chiavenato, 2006). (p. 39). Resultados estrictamente referidos a una estrategia, específicamente no se ha encontrado, salvo la que aquí se ha descrito. Tampoco, se han encontrado antecedentes de estudios acerca del tema de investigación.

La sistematicidad de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, evidenciará praxiología en desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en perspectiva de aplicarse y favorecerse a sus productores, provincia Alto Amazonas en la década de 2021 al 2031. Las legalidades teóricas que satisfacen las interrogantes planteadas se explicitan en una variedad de ciencias coligadas de manera inter, multi y trans disciplinaria, especialmente encabezada por la Economía, a las que se entrelazan la Administración, la Contabilidad, entre otras ciencias. Resulta necesario adjuntar la definición de términos básicos, tales como: estrategia, gestión administrativa, praxiología, desarrollo, sostenibilidad, rentabilidad económica y palma aceitera.

La intelección de la autoría define la estrategia de la siguiente manera: Una estrategia es un plan para dirigir la acción. Una estrategia es un conjunto de operaciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y lograr los mejores resultados posibles. La estrategia es una serie de tácticas, acciones más específicas para lograr uno o más objetivos.

Gestión administrativa: “Es un conjunto de acciones para que un administrador desarrolle actividades a través de la ejecución de las fases (planificación, dirección, coordinación y control) del proceso gerencial” (Pérez, 2003, p. 188). La gestión en el contexto de una empresa básicamente busca organizar y dirigir las actividades de la empresa con el fin de acelerar el desarrollo económico en línea con las metas establecidas.

El término **praxiología**, Teoría situada en el marco de la sociología práctica, representa una metodología para estudiar diferentes medidas o series de medidas en términos de eficiencia. Fundado por Tadeusz Kotarbinski, presidente de la Academia de Ciencias de Polonia, es uno de los métodos utilizados en la investigación sociológica moderna. Básicamente, consiste en examinar y caracterizar aspectos prácticos (e históricos) de los hábitos y recursos de trabajo, descubrir esos elementos y hacer recomendaciones prácticas basadas en ellos. (Rosental, 2005, p. 482). En otras palabras, la praxisología se basa en la sistematización de ideas plausibles que se ejecutan en hechos reales.

El término **desarrollo en la vida social** de manera implícita incluye a los factores económico, político, cultural y biológico-ambiental. De allí que Lescano, Valdez, Lescano, Reyes y Belaúnde (2015) dicen: “El desarrollo implica una transformación progresiva de la economía y la sociedad.” (p. 31). Como se entiende, hay un énfasis en el factor económico insustituible en una economía de mercado o de planificación.

La **sostenibilidad** subyace en la conceptualización del desarrollo humano sostenible porque se le considera “... la equidad, tanto dentro de una misma generación como entre distintas generaciones” (Lescano, Valdez, Lescano, Reyes y Belaúnde, 2015, p. 41). En ese tenor, se entiende que se posibilita así que todas las generaciones, del presente y el futuro, saquen provecho de la mejor manera de sus capacidades.

La **rentabilidad económica** se define en los términos matemáticos que siguen de acuerdo con Sánchez (1994): La rentabilidad económica tiene por objetivo medir la

eficacia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador del ratio) que el activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir aquéllos (denominador del ratio). Llamado RN al resultado neto contable, AT el activo neto total y RE a la rentabilidad económica, tendremos que: $RE = RN/AT \times 100$ (p. 161). Por ende, la rentabilidad financiera se constituye de aquellos beneficios que se obtienen como efecto de la inversión de capital monetario en recursos relacionados con las finanzas.

La palma aceitera, palma africana, es una planta tropical considerada entre los cultivos oleaginosos más eficientes del planeta Tierra. Una planta de palma aceitera comienza a producir a los 3 años y su vida productiva es de un poco más de 30 años. En una hectárea se cosecha sus frutos hasta 25 toneladas al año. Su taxonomía es la siguiente: Nombre científico: *Elaeis guineensis*. Especie: *Elaeis guineensis*. Familia: Arecaceae. Categoría: Especie. Reino: Plantae. Orden: Arecales. Clasificación superior: Palmas aceiteras.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación. La investigación abordada ha sido la del tipo descriptiva básica, de la que se origina la necesidad de solucionarse mediante una propuesta denominada proyectiva. La investigación proyectiva de acuerdo con Hurtado (1998): Comienza con un diagnóstico preciso de las necesidades actuales y una descripción del proceso, y elabora sugerencias o modelos para resolver problemas o necesidades reales, ya sea en grupos sociales, instituciones o áreas específicas del conocimiento. Consta de factores involucrados o factores impulsores y futuras tendencias (pp. 139 -140). Este es un estudio en el que se combina la investigación descriptiva con una proposición o proposición prácticamente informada. En otras palabras, una sugerencia plausible para ser implementada, que para el caso de la presente situación se denomina estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis".

Diseño de investigación

Para el proceso de este estudio se utilizó la "descriptiva simplemente", (Sánchez, Reyes, y Mejía, 2017, p. 118), cuyo esquema se muestra:

M		O							
Ma	Mb	O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	O ₆	O ₇	O ₈

M: Es la muestra muestra desagregada en Ma: conformada por expertos en desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera y Mb: formado por productores de palma aceitera escudriñada de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" en la provincia de Alto Amazonas.

O: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (M), acerca del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica "Schultz-Lewis".

O₁: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable estableciendo **alianzas estratégicas** en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica "Schultz-Lewis" en la provincia de Alto Amazonas.

O₂: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable demostrando **capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos** en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” en la provincia de Alto Amazonas.

O₃: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable demostrando **capacidad de gestión** en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” en la provincia de Alto Amazonas.

O₄: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable demostrando **solidez y permanencia** en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” en la provincia de Alto Amazonas.

O₅: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable demostrando **capacidad de adecuación a la tecnología cambiante** en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” en la provincia de Alto Amazonas.

O₆: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable **calculando el valor actual neto (VAN)** en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” en la provincia de Alto Amazonas.

O₇: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable **calculando la tasa interna de retorno (TIR)** en agro-industrialización de palma aceitera escrutada de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” en la provincia de Alto Amazonas.

O₈: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra (Ma y Mb) acerca del desarrollo económico sostenible y rentable **calculando el coeficiente beneficio costo (CBC)** en agro-industrialización de palma aceitera es-
crutada de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” en la provincia de Alto Amazonas.

3.2 Variables: Definición conceptual y operacional (Ver anexo)

Estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

La población está conformada por dos niveles de personas: Productores de palma aceitera en Alto Amazonas y un grupo de cinco profesionales, estos últimos necesariamente con diferente afinidad a nivel de licenciatura o posgrado en administración de empresas y acreditados. de propuestas de desarrollo económico sostenible y rentable en la agricultura e industrialización de la palma aceitera. Se consideraron dos variables excluidas: actitud de paradigma dogmático y baja severidad de los sujetos de la muestra.

La actitud del paradigma dogmático fue una variable extraña en tanto el sujeto de la muestra se orientó por un paradigma diferente al de la estrategia de gestión socioeconómica contextualizada. “Schultz-Lewis” como el desarrollo económico sostenible y rentable. Las variables anteriores fueron controladas por el cambio de los expertos que nunca admitieron el sistema teórico y doctrinario de la propuesta compuesta por variables de investigación.

La escasa sensatez de los sujetos de la muestra ha sido variable de exclusión, si en la examinación y medición objetiva de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable, no hayan actuado con la responsabilidad que la opinión amerita. La variable en cuestión cambió al experto que no opinó sobre la estrategia de gestión socioeconómica

"Schultzleis" para el desarrollo económico sustentable y rentable, a pesar de que se le dio un plazo razonable. Asimismo, el formato del informe sobre la eficacia y confiabilidad del equipo de investigación.

Muestra

El presente estudio cuenta con una muestra aleatoria (Ma) de cinco expertos en el campo de los objetos de investigación. Por otra parte, una muestra representativa y probabilística (Mb) de 173 productores de palma aceitera del Alto Amazonas, previa deducción y control de los deducibles. Había una disposición de que la población fuera igual al principio, luego intencional y no estocástica, y que sus miembros estuvieran familiarizados con las referencias a una licenciatura en administración de empresas u otro nivel de posgrado.

Muestreo

El proceso de muestreo que apareó la muestra (Ma) y la población fue no probabilístico. Por lo tanto, con excepción de las muestras (Mb) de los productores de palma aceitera en Alto Amazonas, se utilizaron métodos de muestreo deliberado o basados en expertos. Es representativa y probabilística, y su tamaño fue determinado por parámetros estadísticos. $n_0 = z^2pq/E^2$ y $n = n_0 / (1 + n_0/N)$.

La muestra de expertos está formada por académicos que tienen un conocimiento profundo o experiencia en el diseño de estrategias de gestión para la gestión empresarial. Cada experto realizó tres funciones: 1) Evaluar la profundidad inherente a la efectividad y confiabilidad del ítem que se está midiendo. de la estrategia de gestión económica "Schultz-Lewis". 2) Evaluar la profundidad y efectividad inherentes a la efectividad y confiabilidad de los factores para medir el desarrollo económico sostenible y rentable en la industrialización agrícola de la palma aceitera. 3) Evaluar la evidencia practicológica existente en la estrategia de gestión económica "Schultz Lewis" para el desarrollo económico sostenible y rentable en la industrialización agrícola de la palma aceitera.

Unidad de análisis

La unidad analítica o de medida de una encuesta se denomina: Evidencia de praxiología. Este término significa organizar ideas plausibles que se ejecutan en hechos reales.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas

Para medir la creación de la estrategia de gestión económica "Schultz Lewis" para el desarrollo económico sostenible y rentable en la industrialización agrícola de palma aceitera, el método de investigación es una descripción encadenada de acuerdo con los indicadores derivados de los resultados, utilizados en los ítems de la escala objetivo. Tamaño.

En cuanto a la recaudación de datos, medición e informe de las evidencias praxiológicas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" en desarrollo económico sostenible y rentable en la provincia de Alto Amazonas compatible a sus dimensiones se ha usado la técnica que se describe:

Técnica	Dimensiones
Escala descriptiva	Estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis".
	Desarrollo económico sostenible y rentable

Instrumentos de recolección de datos

A. Prueba de análisis de contenido para medir el sistema de estrategia de gestión "Schultz-Lewis". **B.** Test para la medición de las evidencias de praxiología existentes en la estrategia de gestión "Schultz-Lewis" para el desarrollo socio económico sostenible y rentable. **C.** Test para la medición de la situación del desarrollo socio económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera acorde a la percepción de los productores de la provincia de Alto Amazonas (ver Anexo 03).

Validez

La validez se define de la siguiente manera: “Concordancia entre el resultado de la prueba o medición y el objeto a medir.” (Tamayo, 2002, p. 211). En la presente investigación se ha validado a cada uno de los ítems de la variable Estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” Verificar que estos factores evaluaron los factores de la estrategia anterior: Objetivos, Investigación de Mercado, Estructura de Sostenibilidad etcétera; obviamente, dichos ítems sólo han sido evaluados por especialistas versados en técnicas, métodos, estrategias, modelos de gestión etcétera; por investigadores con conocimiento de causa y con experiencia en sistematización de acciones para la gestión en la vida económica empresarial. Quienes han opinado que los referidos instrumentos poseen validez de contenido. (ver anexo)

Confiabilidad

“La confiabilidad se define de la siguiente manera: “Esto se logra si la prueba se aplica repetidamente al mismo individuo o grupo, o por diferentes investigadores y produce resultados iguales o similares.” (Tamayo, 2002, p. 68). En el presente estudio se ha determinado la fiabilidad de los instrumentos de evaluación de la estrategia de gestión económica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera. La fiabilidad se ha determinado por el coeficiente de Alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{St^2} \right]$$

Fórmula en la que: K = n° de ítems. α = Coeficiente de Alfa de Cronbach. St^2 = Varianza de la suma de los ítems. $\sum_{i=1}^k St^2$ = Sumatoria de varianza de los ítems. Se obtuvo una confiabilidad de 0,61; 0,62 y 0,64

3.5 Procedimientos

Etapa primera. En primer lugar, este problema se identificó a partir de datos que muestran el subdesarrollo sostenible, rentable y socioeconómico de los productores de palma aceitera en el Alto Amazonas. Por lo tanto, se ha apoyado en fuentes creíbles enriquecidas con informes de investigación con información sobre conocimientos profesionales, profundos y límite relacionados con situaciones problemáticas. A continuación, se realizaron pruebas para medir el subdesarrollo socioeconómico del Alto Amazonas reconocido por los productores de palma aceitera. Los resultados obtenidos y analizados han permitido corregir y confirmar la existencia de un subdesarrollo socioeconómico sostenible y rentable.

Fase de oferta. Comprenda que, en la naturaleza sistemática de este estudio, los pensamientos se ejercitan como resultado de las observaciones para comprender lo que se lee, habla y escribe. La lógica dialectal es responsable del pensamiento de palabras y la lógica formal. En este sentido, como referencia, identificación (diagnóstico) de problemas con condiciones de subdesarrollo socioeconómico sostenible y rentable y verificación de información relacionada con los problemas. Condujo a la naturaleza sistemática de la propuesta denominada: estrategia de gestión económica "Schultz-Lewis" y su pertinencia del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, en la década 2021-2031 y en la provincia de Lato Amazonas; sobre la base teórica de las ciencias de la sociedad, particularmente la Economía y la Administración.

Fase de verificación. En esta etapa se utilizó el juicio de expertos. Quienes solicitaron y recopilaron informes estructurados por: Sistema Agrícola Industrializado del Petróleo, Aportes y Perspectivas de la Estrategia de Gestión Económica "Schultz Lewis" para el Desarrollo Económico Sustentable y Rentable Un medio para el reporte experto en la palma de su mano. La generalización posterior a la interpretación se realizó por derivación analítica, es decir, contrastando las hipótesis en relación con los datos obtenidos con la ayuda de la deducción de hipótesis comunes.

3.6. Método de análisis de datos

Se calculó frecuencia relativa y frecuencia porcentual según sus respectivas fórmulas para determinar la evidencia empírica de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz Lewis" en el desarrollo económico sostenible y rentable de la industrialización de palma aceitera.

3.7. Aspectos éticos

El estudio es una escuela moral, por ende, en la presente investigación se ha ejercido praxis de hábitos y actitudes contextualizados con el Código de Ética en Investigación de la UCV, los que de acuerdo con Bunge (2001, p. 163) se anotan a continuación: 01. Integridad intelectual (o "culto a la verdad"), aprecio por la objetividad y verificabilidad, desprecio por la verdad y autoengaño. 02. Independencia de juicio, hábito de persuadirse con pruebas y no someterse a la autoridad. 03 La honestidad intelectual y el juicio independiente son coraje intelectual (ya veces físico) a practicar, es decir, independientemente de su fuente, y especialmente cuando es una, defender la verdad y cometer errores. Es necesario estar decidido a criticar sus errores. 04. Amor a la libertad intelectual, y más ampliamente, amor a la libertad personal y social que la hace posible. En particular, desprecia la autoridad infundada (ya sea intelectual o política) y el poder injusto. 05. Sentido de la justicia. Esto puede ser injusto, más que una obediencia exacta al derecho positivo que se nos impone, pero es la voluntad de considerar los derechos y opiniones de los demás y evaluar sus respectivos fundamentos.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Posición del desarrollo socio económico sostenible agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas, 2021

	Nivel		Cantidad	Porcentaje
Alto	103	136	2	1%
Medio	65	102	11	6%
Bajo	0	68	160	92%
	Total		173	100%

Fuente. Detalles únicos de la aplicación de la encuesta a los palmicultores de Alto Amazonas

Interpretación

En la tabla 1, se aprecia las opiniones de los palmicultores en relación al desarrollo socioeconómico sostenible de Alto Amazonas; notándose que, el 92% de apreciaciones (160) califican como bajo el nivel de desarrollo, un escaso 6% de encuestados (11) consideran que el desarrollo socioeconómico es medio y un irrelevante 1% de opiniones (02) piensa que hay un nivel alto de desarrollo. En consecuencia, la mayoría de palmicultores expresa hay un nivel bajo de desarrollo socioeconómico sostenible; probablemente porque no se establecen convenios con o alianzas estratégicas con otras empresas que permitan compartir recursos, información, capacidades, riesgos, producción, estrategias de reducción de recursos, expansión de mercados, transferencia de tecnología, entre otras, de manera que la agro industrialización de palma aceitera sea favorable a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

Tabla 2

Situación del desarrollo socio económico rentable agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas, 2021

	Nivel		Cantidad	Porcentaje
Alto	10	12	1	1%
Medio	7	9	20	12%
Bajo	0	6	152	88%
	Total		173	100%

Interpretación

En la tabla 2, se presenta las percepciones sobre el desarrollo socio económico rentable de Alto Amazonas; notándose que, el 88% de apreciaciones (152) califican como bajo el nivel de desarrollo, un escaso 12% de encuestados (20) consideran que el desarrollo socioeconómico es medio y un irrelevante 1% de opiniones (01) piensa que hay un nivel alto de desarrollo. En efecto, la mayoría de palmicultores expresa hay un nivel bajo de desarrollo socioeconómico rentable; probablemente porque la capacidad para calcular el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y el coeficiente beneficio costo (CBC) que conlleve a comparar los beneficios y los costos para definir la viabilidad de manera que la agro-industrialización de palma aceitera sea favorable a los productores de la provincia de Alto Amazonas, por ahora es deficiente.

Tabla 3

Situación del desarrollo socio económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas, 2021

	Nivel		Cantidad	Porcentaje
Alto	112	148	0	0%
Medio	75	111	13	8%
Bajo	0	74	160	92%
	Total		173	100%

Interpretación

En la tabla 3, se presenta las percepciones sobre el desarrollo socio económico sostenible y rentable de Alto Amazonas; observándose de modo general que, el 92% de opiniones (160) califican como bajo el nivel de desarrollo y solamente el 8% de encuestados (13) consideran que el desarrollo socioeconómico sostenible y rentable es medio. Por tanto, la mayoría de palmicultores expresa hay un nivel bajo de desarrollo socioeconómico sostenible y rentable; probablemente porque hay deficiencias técnicas en las capacidad instalada, para calcular el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y el coeficiente beneficio costo (CBC) que conlleve a comparar los beneficios y los costos para definir la viabilidad de manera que la agro-industrialización de palma aceitera sea favorable a los productores de la provincia de Alto Amazonas; además, porque entre otras razones, hay dificulta-

des en la capacidad de adecuación a la tecnología cambiante que conlleve a realizar comercio electrónico, uso de internet y compra venta en línea o que utilice el celular como herramienta funcional, de modo que la agro-industrialización de palma aceitera sea favorable a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

Tabla 4

Nivel de sistematicidad de la estrategia socioeconómica “Schultz-Lewis”

Aspectos a valorar del Modelo		Finalidad	Estudio de mercado	Estructura de sostenibilidad	Estudio técnico	Estudio de inversión y finanzas	Tácticas de marketing	Núcleo teórico	Sub Total
Muy adecuado	n	1	0	1	0	0	0	1	3
	%	20%	0%	20%	0%	0%	0%	20%	9%
Bastante adecuado	n	4	4	4	2	1	2	2	19
	%	80%	80%	80%	40%	20%	40%	40%	54%
Adecuado	n	0	1	0	3	4	3	2	13
	%	0%	20%	0%	60%	80%	60%	40%	37%
Poco adecuado	n	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Inadecuado	n	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	n	5	5	5	5	5	5	5	35
	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente. Elaboración única basado en la opinión de expertos

Interpretación

En la tabla 4 se muestra la opinión de los expertos sobre el sistema, la coherencia entre los componentes que conforman la estrategia socioeconómica “Schultz Lewis”, con 54% opiniones (19) por unanimidad muy adecuada, indica que se clasifica como. La calificación con un 37%, (13) se considera adecuada y el 9% restante de calificación (03) se considera muy adecuada. De hecho, las estrategias socioeconómicas mencionadas anteriormente deben ser consistentes y consistentes en sus objetivos, investigación de mercado, sostenibilidad, inversión y experiencia financiera, tácticas de marketing y una estructura interna que consiste en un núcleo teórico.

Tabla 5

Nivel de contribución de la estrategia socioeconómica “Schultz-Lewis”

Ítems		Alianzas estratégicas.	Capacidad para generación de ingresos suficientes y oportunos.	A capacidad de gestión	Obtención de solidez y permanencia.	Capacidad de adecuación a la tecnología cambiante.	Capacidad para calcular el valor actual neto (VAN)	Capacidad para calcular la tasa interna de retorno (TIR)	Capacidad para calcular el coeficiente beneficio costo (CBC)	Total
Excelente	Cantidad	2	2	1	0	1	0	0	0	6
	Porcentaje	40%	40%	20%	0%	20%	0%	0%	0%	15%
Buena	Cantidad	2	2	3	4	3	2	2	2	20
	Porcentaje	40%	40%	60%	80%	60%	40%	40%	40%	50%
Regular	Cantidad	1	1	1	1	1	3	3	3	14
	Porcentaje	20%	20%	20%	20%	20%	60%	60%	60%	35%
Deficiente	Cantidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentaje	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Muy deficiente	Cantidad	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentaje	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	Cantidad	5	5	5	5	5	5	5	5	40
	Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Interpretación

La Tabla 5 muestra las calificaciones profesionales relacionadas con las contribuciones a las estrategias socioeconómicas “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas, 2021; distinguiéndose que, el 50% de las valoraciones (20) indican que la estrategia contiene buena contribución para resolver el problema; así como también, un 35% de opiniones (14) piensan que la propuesta tiene un regular grado de contribución y solo un escaso 15% de opiniones (06) piensa que posee una excelente contribución. Por tanto, la Estrategia socioeconómica “Schultz-Lewis” evidencia un buen grado de contribución para resolver la problemática inherente al desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera - Alto Amazonas.

Tabla 6*Nivel de prospectiva de la estrategia socioeconómica "Schultz-Lewis"*

ítems		Viabilidad	Factibilidad	Aplicabilidad	Sostenibilidad	Pertinencia	Total
Excelente	Cantidad	0	0	0	1	2	3
	Porcentaje	0%	0%	0%	20%	40%	12%
Buena	Cantidad	3	2	4	3	2	14
	Porcentaje	60%	40%	80%	60%	40%	56%
Regular	Cantidad	2	3	1	1	1	8
	Porcentaje	40%	60%	20%	20%	20%	32%
Deficiente	Cantidad	0	0	0	0	0	0
	Porcentaje	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Muy deficiente	Cantidad	0	0	0	0	0	0
	Porcentaje	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	Cantidad	5	5	5	5	5	25
	Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Interpretación

La Tabla 6 resume las opiniones de expertos experimentados sobre las perspectivas o posibilidades de implementar la estrategia socioeconómica "Schultz Lewis" captando el 56% (14) se considera una buena forma de implementar la estrategia, el 32% (10) muestra que la perspectiva del modelo es regular, y solo el 12% (03) es la estrategia, creo que hay una excelente perspectiva. Por lo tanto, las sugerencias anteriores ofrecen una buena perspectiva. Es factible, aplicable, sostenible y relevante.

V. DISCUSIÓN

La discusión se centra en explicar por qué y cómo sugiere la hipótesis general H1, que consiste en hipótesis específicas que la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” evidencia praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera, Alto Amazonas. Varios son los fundamentos que explican las razones de la referida pertinencia.

Primer fundamento. El haber elaborado el proyecto y reporte de la presente investigación al amparo del fundamento teórico de las legalidades de las ciencias de la sociedad y que satisfacen las cuestiones planteadas plausibles en las ciencias principales que se anotan: Economía, Administración, Contabilidad, ciencias agrarias y ciencias de la comunicación.

Habrá que estar de acuerdo con Marx, para esgrimir las leyes que sustentan a la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, esas legalidades no son otras que las del desarrollo capitalista: “La Ley del Valor, la Ley General de la Acumulación Capitalista, la Ley de los Márgenes de Ganancia Decrecientes” (Gómez, 2018, pp. 97-118). A este orden de regularidad se añade la ley básica de la producción capitalista: la plusvalía.

Para Marx, la ley del margen de ganancia decreciente es la ley que regula el desarrollo histórico-mundial del capitalismo y se basa en las otras dos leyes, pero las abarca y las fortalece. El desarrollo histórico del capitalismo, su coerción para acumular y desarrollar la productividad, y la causa de la crisis económica sólo se entenderán a través del esclarecimiento de esta ley (Gómez, 2018, p.119). Esta es una ley científica y, a pesar de su simplicidad, rara vez se explica de una manera comprensible, sin mencionar que se menciona de manera racional, precisa y clara.

No obstante, no se puede soslayar que la economía como ciencia tiene serios problemas epistemológicos para enfrenar la realidad y predecir situaciones; y que, en consecuencia, necesita una revisión de sus fundamentos. En efecto la ciencia económica está preñada más de creencia que de evidencias científicas. Como los alquimistas que creían en la piedra filosofal, la mayoría de los economistas de los grandes financieros del mundo piensan todavía que el mercado nunca falla, tiene

una función *deus es-machina* que le permite corregirse y continuar creando riqueza. En esta forma racional y de pensamiento crítico se alinean personalidades que ostentan los premios noveles en economía: Paul Krugman, Joseph Stiglitz, Robert Solow, George Akerlof. Ellos han admitido en sendos artículos.

Adviértase que la creencia de función *deus es-machina* desconectó la economía de la realidad hasta el extremo de permitir operaciones especulativas riesgosas, encapsuladas en elegantes formas matemáticas que producían ganancias nunca vistas. La especulación racionalizada por las matemáticas originó un gran casino global con una serie de novedosas invenciones financieras de mucho riesgo, como los Derivados, la Seguritacion, los Credit Default Swaps y Subprime que terminaron por hacer colapsar Wall Steeet y el sistema financiero global.

Otra falla científica de la ciencia económica es su insensato culto al crecimiento perpetuo del Producto Bruto Interno. El problema es que el PBI crece, pero el planeta no. Mientras el PBI no sea remplazado por un nuevo indicador que descuenta los impactos ambientales, está no cesará; y, en el futuro no muy distante como consecuencia del recalentamiento del planeta, en vez de medir la riqueza de las naciones, se estará midiendo la inmovilidad de las naciones.

Sin embargo, al margen de lo que se acaba de describir y explicar, los resultados y conclusiones cotejados con los del espacio internacional evidencian semejanzas y diferencias. Verbi gratia, hay semejanzas al cotejar los resultados con los conseguidos en la investigación: “Sostenibilidad económica, social y ambiental de la producción de aceite de palma en Malasia. Discusión y tendencias del mercado”, encaminada desde Kuala Lumpur, Malasia, cuya síntesis se relata a continuación tal como lo expone su autora Rao (2004):

A partir de la siembra comercial de unas pocas hectáreas en 1917, la industria palmera en Malasia se ha convertido en una multibillonaria industria de 3,7 millones de hectáreas que suple una cantidad significativa de la demanda mundial de aceites comestibles. También ha contribuido sustancialmente a los ingresos del país y provee empleos directos e indirectos a cerca de medio millón de personas. (...). El continuo mejoramiento de la productividad y la producción con mayor valor agregado son las únicas opciones para una sostenibilidad económica. (p. 1). Los argumentos que aquí se esgrimen

al 2021 no han variado sustancialmente, por consiguiente, las evidencias de praxiología de la que se nutre conceptualmente la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, mantienen vigencia y validez para el desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera en el territorio de la provincia de Alto Amazonas.

De modo análogo, hay semejanzas en los resultados relativos a la sostenibilidad económica, a excepción de la insostenibilidad ambiental, obtenidos en Colombia en la investigación: “La palmicultura colombiana: sostenibilidad económica, social y ambiental”, orientada desde la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño, cuya síntesis se anota en seguida, de acuerdo a lo que expresan sus autores (Pertuz y Santamaría (2014):

Se ha concluido que este sector agropecuario es económicamente sustentable para los grandes productores, pero no social y ambientalmente sustentable, pero se avanza en la búsqueda de la certificación internacional. (pár. 1). Los resultados de los que se ocupan Pertuz y Santamaría hasta el año 2014, son reales, y es sobre éstos se basa las evidencias praxiológicas de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable agroindustrial de palma aceitera en el territorio de la provincia de Alto Amazonas.

Situación, similar ocurre con la investigación “Cambio de uso de suelos por agricultura a gran escala en la Amazonía andina: el caso de la palma aceitera” realizada por Dammert (2014) en Colombia, Ecuador y Perú. O como también con las semejanzas en la investigación: “La agroindustria de la palma de aceite en América” efectuada por González (2016) en los países de Ecuador, Colombia, Honduras y Perú. En el Perú, se tiene a una investigación que se asemeja en varias dimensiones titulada: “Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad. Caso: Empresa Indema Perú S.A.C.” encaminada desde la Universidad Norbert Wiener por cuatro autores Zurita, Pucutay, Córdova y León (2019)

Finalmente, en toda investigación se debe controlar las denominadas variables extrañas o de exclusión. Para ello, es necesario la prevención en la etapa cuando se planifica la investigación o de advertirse en la etapa de ejecución. En la presente

investigación se ha controlado variables de exclusión dos: Actitud de paradigma arbitrario y poca seriedad del tema de la muestra. Sin embargo, no se ha previsto ni se ha advertido en ninguna de sus etapas a las variables distracción, aburrimiento, entre otras. Por lo tanto, se recomienda para investigaciones similares. Es decir, si una muestra de expertos solicita retroalimentación para validar la sistematización de otra estrategia de gestión socioeconómica, como la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz Lewis", las variables anteriores son principalmente para garantizar la validez interna.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en **alianzas estratégicas** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas
- 6.2. La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera **con capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.
- 6.3. La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con **capacidad de gestión** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.
- 6.4. La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con **solidez y permanencia** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.
- 6.5. La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con **capacidad para adecuación a cambios tecnológicos** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.
- 6.6. La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico

sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en **valor anual neto (VAN)** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

- 6.7. La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, hacia la década 2021-2031, evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en **tasa interna de retorno (TIR)** en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** establecer **alianzas estratégicas** para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En esa perspectiva la **estrategia de gestión socio-económica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.
- 7.2. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** establecer capacitación **tecnológica para la generación de ingresos suficientes y oportunos** para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En esa perspectiva la **estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.
- 7.3. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** establecer **capacitaciones permanentes de gestión** para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En esa perspectiva la **estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.
- 7.4. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** la **obtención de solidez y permanencia** para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En esa perspectiva la **estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.
- 7.5. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** establecer **capacitación** permanente hacia la **adecuación a la tecnología cambiante** para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En

esa perspectiva la **estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.

- 7.6. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** establecer capacitación para calcular el valor actual neto (VAN) para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En esa perspectiva la **estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.
- 7.7. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** establecer capacitación para calcular la tasa interna de retorno (TIR) para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En esa perspectiva la **estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.
- 7.8. A los productores agroindustriales de palma aceitera, se les **recomienda** establecer capacitación para calcular el coeficiente beneficio costo (CBC) para impulsar el desarrollo económico sostenible y rentable. En esa perspectiva la **estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”** en una década se constituye en una propuesta y guía viable y plausible de implementarse en la provincia de Alto Amazonas.

VIII. PROPUESTA

Estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” y su praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” no es estrictamente un plan a largo plazo, sino una orientación a largo plazo. Es una planeación escrita de acciones que integra los procesos de gestión: planificación, organización, dirección, ejecución y control, sobre la base de su corpus teórico-conceptual y específicamente de su estructura de sostenibilidad, orientando operaciones, en un período determinado, causando efectos deseables acorde a la descripción, explicación y predicción de ciertas teorías dimanadas de ciencias administrativas, económicas, agrarias entre otras teorías que guarden afinidad con el desarrollo socioeconómico sostenible y rentable. Se trata de una estructura conceptual inmersa en la economía real, en la que consiste en resituar la innovación de valor en el corazón del modelo de negocios empresariales. No es posible el desarrollo económico sostenible y rentable en términos de crecimiento acelerado ni el éxito empresarial sin hacer algo diferente.

Definición conceptual del desarrollo económico sostenible y rentable

El desarrollo económico sostenible y rentable, en síntesis, es la transformación progresiva de la economía formal e informal en una comunidad concreta en la que se evidencia equidad, tanto dentro de una misma generación como entre distintas generaciones. Sin salirse del contexto descrito, en el presente estudio, es una evidencia praxiológica existente en la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” en términos de sostenibilidad y rentabilidad en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas.

1. Finalidad

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” gravita en **sistematizar evidencias** praxiológicas para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera para sus productores, provincia Alto Amazonas. El nombre de “Schultz-Lewis” es el homenaje a Theodore W. Schultz y Sir Arthur Lewis, quienes en 1979 obtuvieron el Premio Nobel de Economía por su

investigación pionera en el desarrollo económico para solucionar la problemática de las mayorías nacionales proletarizadas de los países en desarrollo. La razón de la finalidad de la estrategia en mención, surge de una situación inaudita en el entorno local develada en el estudio de mercado que atañe directamente a la vida agrícola ubicada en el ámbito de la Amazonía, sobre todo de aquellas que se dedican a la producción de palma aceitera y que, han experimentado tanto fracasos como éxitos, tal es caso singular que ocurre en la provincia de Alto Amazonas, allí subyace un problema real: **subdesarrollo socioeconómico sostenible y rentable de los productores palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas**. La finalidad es la desiderata, parte de la conciencia social, que orienta hacia la realización de algún bien o servicio en el proceso final. En la vida de la clase trabajadora representada por quienes producen palma aceitera para para la agro-industrialización en la provincia Alto Amazonas es necesario que se tenga y se sepa cuál es la finalidad. Para los congéneres que orienten su vida mediante una finalidad, se encontrarán que en ésta: “...es evidente la correlación dialéctica entre la autonomía y necesidad” (Rosental, 2005, p. 249). Para el liberalismo, la libertad llega hasta donde llega la propiedad privada; mientras que, para el socialismo, la libertad no depende de la propiedad privada. Actualmente, es necesario del reinado de la necesidad al de la libertad.

2. Estudio de mercado

2.1 Ámbito geográfico

El ámbito geográfico de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” se circunda al área de la provincia de Alto Amazonas, la que alcanza 18 764 km²; en esa superficie radica una población aproximada de 118,238 habitantes. En el espacio urbano, la población de Alto Amazonas se ocupa en brindar servicios comerciales, financieros, administrativos y de transporte. Yurimaguas, capital de la provincia, ostenta una posición privilegiada y estratégica en la región Loreto. Pero, en lo que a transformación industrial se refiere, ésta está subdesarrollada, porque sus actividades se limitan a elaboración de ladrillos, molinos de arroz, entre otras. Su división geográfica y política de la provincia está formada por seis distritos: Yurimaguas, Balsapuerto, Jéberos, Lagunas, Santa Cruz y Teniente César López Rojas.

En el espacio urbano, la población de Alto Amazonas se ocupa en los servicios comerciales, financieros, administrativos y de transporte. Yurimaguas ostenta una posición privilegiada y estratégica en la región Loreto. Sin embargo, la transformación industrial se encuentra subdesarrollada porque las evidencias son de actividades relativas a elaboración de ladrillos, molinos de arroz, entre otras. En el espacio rural, la actividad más notoria es la agricultura de subsistencia. En los últimos años se ha destacado el monocultivo de palma aceitera, revelada en las plantaciones de Agroindustrial Shanusi al margen de la carretera Yurimaguas - Tarapoto.

2.2 Caracterización del mercado

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera, aparte del mercado convencional asume el mercado en red. El mercadeo en red no es perfecto, solamente es mejor. El mercadeo en red encaja con la nueva economía en el mundo de la globalización.

2.3 Identificación de la oferta y la demanda

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera advierte que se identifique la oferta y la demanda en el contexto del mercado. Por una parte, se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para satisfacer una necesidad a un precio determinado. Por otra parte, se entiende por oferta a la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen en el mercado en determinadas condiciones.

2.4 Ruta de comercialización

La ruta de comercialización de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera propone aprender 7 habilidades: 1. Encontrar prospectos. 2. Invitar los prospectos a entender tu producto u oportunidad. 3. Presentar tu producto u oportunidad a tus prospectos. 4. Seguimiento de tus prospectos. 5. Ayudar a tus prospectos a ser clientes o distribuidores. 6. Ayudar a que tu nuevo distribuidor pueda comenzar. 7. Promover eventos.

2.5 Análisis de precios

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera plantea que se analice los precios. Los precios es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar, un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. La oferta y la demanda están en equilibrio o en punto de equilibrio cuando los demandantes están dispuestos a comprar los bienes o servicios que los oferentes quieren producir o manufacturar, por el mismo precio.

3. Estructura de sostenibilidad

Tal como se entiende, en primer orden, la sostenibilidad no es otro concepto que el de la equidad, tanto dentro de una misma generación como entre distintas generaciones; y, por otra parte, la intelección clara que la rentabilidad financiera se constituye de aquéllos beneficios que se obtienen como efecto de la inversión de capital monetario en recursos relacionados con las finanzas, la estructura de sostenibilidad de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” se compone de cuatro sendas.

3.1 Senda analítica

Si el análisis es un proceso que implica pensar en la descomposición real de un todo en sus partes; la senda analítica, en ese tenor conceptual, estriba en el proceso de pensar en examinar por separado todos los factores que configuran al desarrollo económico. Es decir, se tiene que pensar en qué consisten y cómo obtener alianzas estratégicas, capacidad para la generación de ingresos suficientes y oportunos, capacidad de gestión, obtención de solidez y permanencia, capacidad de adecuación a la tecnología cambiante, capacidad para calcular el valor actual neto (VAN), capacidad para calcular la tasa interna de retorno (TIR), capacidad para calcular el coeficiente beneficio costo (CBC). Todos los componentes que atañen al desarrollo, tienen que analizarse como fortalezas y oportunidades en el macro entorno y en debilidades y amenazas en el micro entorno.

Entre las amenazas que se desprenden del macro entorno para el desarrollo socioeconómico sostenible y rentable se cuentan las siguientes: competencia externa y

privada en la comunidad internacional, corrupción internacional, centralismo internacional, neoliberalismo e internacionalización, alineamiento proveniente de la modernidad, transculturización y pérdida de la identidad, dependencia a la cultura foránea, centralización a los órganos internacionales de la educación como la UNESCO y otras instituciones, influencia negativa de los medios de comunicación masiva internacional, estructura económica productiva y de desempleo internacional.

Entre las amenazas que se desprenden del micro entorno para el desarrollo socioeconómico sostenible y rentable se cuentan las siguientes: Competencia externa y privada en nivel nacional, regional, comunitaria, regional y local; corrupción nacional, regional y local; centralismo nacional, regional, local globalización y neoliberalismo, nacional, regional, local Exclusión por modernidad, introducción cultural y pérdida de la identidad nacional, como en regiones y locales, dependencia de culturas extranjeras, centralización del Ministerio de Economía en oficinas nacionales, regionales y locales, efectos adversos de los medios de comunicación nacionales, regionales y locales, Estructura económica productiva, desempleo nacional, regional y local.

Análisis de fortalezas en las empresas de la provincia de Alto Amazonas

La estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera establece que en las empresas de la provincia de Alto Amazonas debe existir una indagación acerca del "FODA" que se anotan a continuación:

- Cuenta con socios que son productores de palma aceitera.
- Cuentan con comités de base.
- Contamos con 2500 hectáreas de los cuales 2000 has están en producción.
- El rendimiento por hectárea es de 15 TM/ha.
- Aportamos a la planta extractora el 67% del racimo de fruto fresco.
- La producción anual es de 30,000 TM/año.
- La asociación cuenta con Estatuto.
- Se cuenta con más terrenos aproximadamente 1,500 has para ampliar.
- Los socios tienen conocimiento y experiencia en el cultivo de palma aceitera.

Análisis de oportunidades en las empresas de la provincia de Alto Amazonas

- Existe la empresa INDUPALSA que compra racimos frescos
- Existen financieras que facilitan el capital de trabajo
- Existen instituciones públicas que realizan el mantenimiento de las vías de acceso.
- Existen fondo de JARPAL que pueden financiar actividades de Apropadala
- Existen instituciones como JARPAL e INDUPALSA que financian centros de acopio de la zona, así como una planta de aceite crudo.
- Existen la posibilidad de convertirse en cooperativas,
- Existen fondos a los cuales se puede acceder mediante concurso.
- Existen fondos de los gobiernos locales a través de PIR que pueden apoyar a organizaciones de productores.
- Existen fondos de obras contra impuestos en los gobiernos regionales que pueden beneficiar a las organizaciones de productores.
- Instalación de nuevas fábricas extractoras de aceite de palma aceitera.

Análisis de debilidades en las empresas de la provincia de Alto Amazonas

- Se carece de recursos financieros
- Insipiente vida orgánica de la asociación.
- Escasa gestión de la junta directiva.
- Poco interés de los asociados en el cumplimiento de los compromisos.
- Baja productividad.
- Escasa comunicación entre los socios y directivos.
- Escasa capacitación a los productores en palma aceitera.
- Poco compromiso con la organización en las actividades programadas.
- Poca inversión en insumos.
- Pésimas prácticas agrícolas.
- Escasos recursos para para la organización de la vida orgánica.
- Limitada información de precios en los mercados.
- Pocos recursos para mejoramiento de trochas carrozobles.
- Poca credibilidad hacia los directivos.
- Discrepancias entre asociados y directivos.
- Poca participación y compromiso de los asociados con la asociación

Análisis de amenazas en las empresas de la provincia de Alto Amazonas

- Fluctuación de precios del aceite de palma aceitera.
- Plagas y enfermedades en el material genético.

- La coyuntura política inestable del actual del gobierno.
- Recorte del canon petrolero.
- Conflictos por el directorio de Indupalsa.
- Caída del precio internacional del petróleo.

3.2 Senda teleológica

Teleología significa "adaptación a un propósito, la doctrina filosófica de adaptar todos los fenómenos naturales a ellos". (Rosental, 2005, p. 580). En esa lógica racional la senda teleológica de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", centra su interés cardinal en sistematizar evidencias praxiológicas para la industrialización de palma aceitera. La estrategia tiene como contexto a la economía real, es; es decir, sirve a la empresa para que ofrezca productos o servicios diferenciados y únicos, que lo hace de manera competitiva, que tiene la capacidad de realizar su generación de valor en forma sostenida en el tiempo y que tiene capacidad de alinear su oferta al mercado en compromiso directo con la sociedad a la que sirve y de la que forma parte. De manera que la estrategia es para un líder o para los líderes, los que a su finalidad asocian una visión, una misión y objetivos con los que pueden cambiar la historia. Hombres o líderes sin sueños son simples seres humanos. La visión estratégica, la misión estratégica y los objetivos estratégicos no conocen de límites ni de fronteras. Muchas personas pueden tener una finalidad conectada a una visión, misión y objetivos, pero no todas se animan a alcanzarlos.

3.3 Senda de ejecución

A la senda teleológica o de la finalidad asociada a la visión le sigue la senda de ejecución. La mayoría de personas que lideran y trabajan en las empresas no tienen idea de cómo lograr sus fines y sus sueños. Lo que poseen es una noción vaga de algo que les gustaría hacer alguna vez o algún día, o son alguien quienes desearían transformarse. La estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" se nutre de 10 preguntas que requieren respuestas de parte de sus líderes que pretendan alcanzar su finalidad, su visión, su misión y sus objetivos. Para ello, se parafrasea tales preguntas planteadas por Maxwell (2009):

1.- ¿Es esta realmente mi finalidad y mi sueño? 2.- ¿Puedo ver mi finalidad y mi sueño claramente? 3.- ¿Estoy dependiendo de factores bajo mi control para lograr mi finalidad y mi sueño? 4.- ¿Mi finalidad y mi sueño me impulsan a seguirla? 5.- ¿Tengo una estrategia para alcanzar mi finalidad y mi sueño? 6.- ¿He incluido a las personas que necesito para convertir mi finalidad y mi sueño en realidad? 7.- ¿Estoy dispuesto a pagar el precio de mi finalidad y mi sueño? 8.- ¿Me estoy acercando a mi finalidad y a mi sueño? 9.- ¿Me trae satisfacción trabajar para cumplir con mi finalidad y con mi sueño? 10.- ¿Se benefician otros con mi finalidad y con mi sueño? (pp. 1-218). Las respuestas relacionadas con las preguntas ayudarán a tomar buenas decisiones y maximizar la posibilidad de alcanzar la finalidad, visión, misión y objetivos.

Táctica de planificación estratégica

La táctica para una planificación estratégica de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” consiste en guiar el ajuste del rumbo que la empresa está tratando de tomar y permitir que la empresa se autodiagnostique y muestre las mejores opciones de gestión para lograr una realización sostenible a largo plazo.

Táctica organizacional estratégica

La táctica para una organización estratégica de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” radica en incorporar los hábitos definidos por Stephen R. Covey (citado por Hesselbein, F. & Cohen (Comp.) (2002):

1. Sea “proactivo” (visión personal).
2. Empiece con un fin en mente (liderazgo personal)
3. Establezca que lo primero es lo primero (dirección personal).
4. Piense en ganar/ganar (ligar interpersonal).
5. Procure primero comprender y después ser comprendido (comunicación empática).
6. Sinergice (cooperación creativa).
7. Afile la sierra (auto-renovación). (p. 250). Se trata de los hábitos de la gente altamente efectiva.

Táctica de dirección estratégica

La táctica para una dirección estratégica de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” relativa al estriba en llevar a la práctica, todo aquello que se ha planeado y organizado anteriormente, con la participación activa y efectiva de los trabajadores, quienes se convierten en los actores principales de la empresa.

Táctica para planeación de contingencias

La táctica para una planeación de contingencia de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” orienta a los líderes y a sus miembros a tener una actitud extrovertida y abierta; prever de manera prospectiva los futuros posibles; poseer una sólida base de principio morales y valores; pasar de reacciones reactivas a proactivas anticipándose a los cambios; satisfacer las necesidades de los clientes; logran la interrelación de la empresa con el micro y macro entorno

Táctica para hacer alianzas estratégicas

La táctica para hacer alianzas estratégicas de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” radica en una relación entre dos o más entidades que acuerdan compartir los recursos para lograr un objetivo de beneficio mutuo.

Táctica para la generación de ingresos suficientes y oportunos

La táctica para la generación de ingresos suficientes y oportunos de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera reside en administrar con la mayor eficacia posible, la transformación de los activos intangibles en cuatro tipos de capital: el patrimonio intelectual, el talento, las redes y la marca.

La táctica para la generación de ingresos suficientes y oportunos de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” advierte que quienes inviertan, deben tener una cartera de acciones sólida, hecho que implica esperar las fluctuaciones del mercado en materia de precios y no preocuparse por las caídas considerables ni emocionarse por las subidas de precios inmensas. Debería recordar siempre que la cotización del mercado es una utilidad que tiene a su disposición, ya sea para aprovecharla o para hacer caso omiso de ella. Nunca debería comprar una acción

porque haya subido ni venderla porque haya bajado. No se equivocaría mucho si este lema se redactase en términos más sencillos. “no compres nunca una acción inmediatamente después de una subida sustancial, ni tampoco la venta inmediatamente después de una bajada sustancial”.

Táctica para desplegar capacidades de gestión

La capacidad de gestión que se preconiza en la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” implica en la táctica de ofrecer a los clientes un mejor valor que los competidores, de la manera más eficaz en costos y mantenimiento. Téngase en cuenta que en la actualidad existen miles de competidores capaces de atender bien a los clientes desde todos los rincones del mundo. Por ende, los líderes deben estar informados qué sucede en el mundo. “No hay ningún líder que pueda guiar una empresa hacia el futuro sin comprender el impacto comercial, político y social de la economía global” (Hesselbein y Cohen, 2002, p. 219). La estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” puede variar, pero las líneas directrices que subyacen en la personalidad de los líderes son constantes.

Táctica para alcanzar solidez y permanencia

La táctica para alcanzar solidez y permanencia de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” reside en que la empresa haya realizado un estudio previo, el que se hace considerando su duración e impacto que surte en la clientela a la cual va dirigida la producción. Eso sí, conviene que se advierta que existe un aspecto de la teoría de las denominadas “fuerzas del mercado”: la globalización, es decir una integración estrecha de las economías del mundo. En ningún ámbito de la política influye más en las fuerzas del mercado que en el de la globalización. Por mucho que la disminución de los costos del transporte y las comunicaciones haya fomentado la globalización, los cambios en las reglas del juego han sido igual de importantes: ente ellas está la eliminación de obstáculos para el flujo de capital a través de las fronteras, así como de las barreras al comercio. Tanto la globalización del comercio, tal como la circulación de bienes y servicios como la globalización de los mercados de capitales: la integración internacional de los mercados financieros ha contribuido al aumento de la desigualdad, obviamente de formas distintas.

Táctica para una adecuación rápida a la tecnología cambiante

La táctica para una adecuación rápida a la tecnología cambiante de la estrategia de gestión económica Schultz-Lewis” pasa por entender que la tecnología es lo que realmente mueve la globalización. Las tecnologías de la información hacen posible el intercambio de información entre países, empresas e individuos en todo el mundo, mientras que las tecnologías del área del transporte facilitan el comercio y otros intercambios físicos en las cadenas globales del valor. Al igual que la tecnología, la globalización llega a todos los individuos del planeta y genera una economía interconectada.

La ciencia y la tecnología tienen puntos comunes, pero predominantemente son diferentes, eso sí en ambas ocurren innovaciones, descubrimientos y creaciones. La intelección y dominio operante de estos sistemas conceptuales, resulta ineludible en quienes trabajan en una empresa de cualquier índole, debe generar un hábito hacia la libre búsqueda de la verdad, la comprensión, la profundidad y el sistema.

Capacidad para calcular la viabilidad de un proyecto expresado en el VAN

Es el monto equivalente del flujo de efectivo, computado al momento actual o presente, denominado período de tiempo cero o inicial, descontada una tasa de descuento. El VAN mide la rentabilidad en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Los criterios de rentabilidad según el VAN indican lo siguiente:

Indicador	Toma de decisión
VANE (F) mayor a cero	Se acepta el proyecto
VANE (F) menor a cero	No se acepta el proyecto.
VANE (F) igual a cero	Es indiferente su ejecución.

Capacidad para calcular la rentabilidad que genera un proyecto expresado en el TIR

Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. Alternativamente, es una tasa igual a la suma de los flujos descontados de la inversión inicial. Esto se denomina tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que gana cada año se reinvertirá en su totalidad. En otras palabras, la tasa de rendimiento que se puede obtener íntegramente dentro de la empresa a través de la reinversión.

Capacidad para calcular el coeficiente beneficio costo (CBC)

El Coeficiente Costo-Beneficio mide la productividad del capital invertido y su utilización es obligada cuando los recursos son limitados.

3.4 Senda de control y monitoreo

La senda de control y monitoreo de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” debe constituirse en el proceso administrativo que se encarga de verificar el grado de eficacia y eficiencia de la planeación, organización y dirección que se aplican a los diversos recursos organizacionales de la empresa. En perspectiva amplia, el control no sólo es realizado por la dirección sino por todos.

El control Es para guiar el ajuste del rumbo que la empresa está tratando de tomar y permitir que la empresa se autodiagnostique y muestre las mejores opciones de gestión para lograr una realización sostenible a largo plazo.

La adaptación del control incluye el desarrollo de una cadena o etapas básicas: 1. Establecer estándares de desempeño, 2. Evaluar el desempeño actual. 3. Comparar el desempeño actual con los estándares. 4. Definir medidas correctivas.

Puede afirmarse que si no hay indicadores no existe control formal y serio. Los indicadores pueden aplicarse a diversos tipos de atributos, siendo los más empleados:

- Los indicadores de calidad que tratan de medir el grado de cumplimiento de especificaciones o requisitos de calidad, de eficiencia.
- Los indicadores de cantidad que tratan de medir el volumen o número de unidades o actividades realizadas.
- Los indicadores de costos que tratan de medir los egresos y/o ingresos que tuvieron lugar en alguna actividad.
- Los indicadores de tiempo que tratan de medir la duración o período de actividades.
- Los indicadores de satisfacción que tratan de medir las reacciones emocionales positivas y negativas de las personas.

3.5 Senda de compensación

La senda de compensación de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” debe relacionarse con la compensación en el negocio, la compensación en el equipo o equipos, en el proceso o los procesos y en las personas. Por consiguiente, en la nueva economía o economía neoliberal de mercado, resulta viable adherir los principios esenciales de la actual fenómeno económico, político y cultural de la globalización. Esos principios son cinco, de acuerdo con Zhexembayeva (2017):

Primero. - De la economía lineal a la economía circular.

Segundo. - Explorar un enfoque horizontal de los negocios.

Tercero. - Explorar nuevas formas de crecimiento.

Cuarto. - Abandonar el plan de negocio y centrarse en el modelo de negocio.

Quinto. - Pasar de una visión parcial departamental a una mentalización global. (p. 43).

Qué duda cabe, estos principios implican un cambio radical.

La estrategia, en la senda de compensación centra su interés en la utopía realizable de la libertad financiera. Para ello, la clase trabajadora debe imbuirse de los siguientes pasos: 1.- Un viaje de mil millas comienza cuando se da el primer paso. 2.- Conocer las reglas del negocio. 3.- Apostar a ganador. 4.- Tomar la decisión más importante de la vida, la de invertir. 5.- Elaborar un plan de ingresos de por vida. 6.-

Invierta comenzando por el 0.001% y no parar hasta llegar a la cima. 7.- Vivir una vida mejor, plena y alegre.

4. Estudio técnico

4.1 Tamaño

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico advierte que la empresa tiene que poseer uno o varios estudios técnicos, especialmente bien elaborado el tamaño de esos proyectos. “Se entiende por tamaño como la capacidad del proyecto para producir determinada cantidad de productos por unidad de tiempo. El tamaño del proyecto se mide en unidades físicas, ya sea en forma anual, trimestral, meses o horas.” (Gomero, 2002, p. 57). En la práctica el tamaño de un proyecto se relaciona con el mercado, con los insumos y con el financiamiento con la tecnología y sus equipos.

4.2 Campo de acción

El campo de acción de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” al margen del mercado convencional abarca el mercado en red. Aunque el mercadeo en red no es perfecto, pero es el mejor. El mercadeo en red se ensambla con la economía de la globalización. Debido al colapso de unipolaridad se piensa que el poder mundial se está volviendo multipolar. Al contrario, todas las grandes potencias económico-políticas de actualidad son importantes ante los graves problemas que afectan al mundo: cambio climático, crisis económica, terrorismo de estado y terrorismo ideológico políticos en nombre de las mayorías nacionales, la proliferación nuclear, el colapso de los estados, los genocidios y la delincuencia global-

4.3 Ingeniería

Para que la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” genere desarrollo, requiere que la ingeniería del proyecto sea la mejor sistematizada. Esta fase del proyecto, constituye el componente más importante del proyecto. El análisis o estudio técnico de un proyecto debe permitir determinar los procesos, métodos y técnicas de producción del bien o servicio; es decir, la manera cómo se obtendrán los productos que el proyecto ha de producir. Para ello el estudio técnico debe considerar los aspectos siguientes: desde la descripción del proceso, adquisición de

equipos, insumos, mano de obra, distribución de planta, etcétera, hasta definir la estructura organizativa y jurídica del proyecto.

4.4 Calendarización

Todo y cada uno de los proyectos que encausará la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, requiere de la elaboración de una calendarización o cronograma de inversiones que señale de manera clara su composición y las fechas o periodos en que deben efectuarse las inversiones. Tales inversiones se efectúan en un mes, varios meses o un año o varios años, lo más probable es que la inversión dure varios periodos. La calendarización obedece a la estructura de las inversiones y a los periodos en los que cada inversión será ejecutada. En ese tenor se debe identificar la calendarización o cronograma de dos etapas: la etapa pre-operativa y la etapa operativa.

5. Estudio de inversión y finanzas

5.1 Inversión

La estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, es el conjunto de procedimientos, acciones operativas o sendas que componen su estructura de sostenibilidad que conllevan alguna empresa que pertenezca a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Por ende, quien o quienes asuman el liderazgo tienen que tener en cuenta la inversión. Dos son los factores que conforman la inversión: la inversión fija y el capital de trabajo. La inversión fija está compuesta por todos aquellos bienes y servicios necesarios para dotar a un proyecto de su capacidad instalada y las licencias e intangibles necesarios para su funcionamiento. El capital de trabajo es un fondo que se constituye para cubrir los gastos exigidos para el funcionamiento del proyecto empresarial de manera que se garantice la continuidad. Las ecuaciones que combinan los factores señalados y que ayuda a una intersección rápida son las siguientes:

$\text{Inversión total} = \text{Inversión fija} + \text{Capital de trabajo}$
$\text{Inversión fija} = \text{inversión fija tangible} + \text{Inversión fija intangible}$
$\text{Capital de trabajo} = \text{Disponible} + \text{Inventario}$

5.2 Finanzas

Un proyecto empresarial está financiado cuando solicita capital en calidad de préstamo para cubrir las necesidades económicas.

Estructura del financiamiento		
Entidades	Estructura (Primera opción)	Estructura (Segunda opción)
Aporte de bancos	0.10	0.00
Aporte de COFIDE	0.30	0.30
Aporte propio	0.20	0.20
Cooperación Técnica Internacional	0.40	0.40
Proveedores	0.00	0.10
Total	1.00	1.00

6. Táctica de marketing

El término táctica se deriva de estrategia, conceptos utilizados en el tenor de las ciencias sociales de acuerdo a una determinada postura socioeconómica, socio-política, socio cultural e incluso socio-biológica y ambiental. De allí que, para esclarecerse, se acude aquí a Dos Santos, Theotonio y Bambirra (1980):

La táctica corresponde a las maniobras, alianzas, compromisos y movimientos parciales que estas organizaciones realizan con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos que las orientan. (p. 6). Trasplantándola al ámbito meramente administrativo y económico, la táctica de marketing en relación al producto, precio, plaza y promoción, pasa por desarrollar maniobras, alianzas, compromisos, etcétera relacionadas con la finalidad, la de sistematizar en términos de evidencias praxiológicas escrutadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.

Tal como advierten Ries y Trown (1993): “Si se viola las leyes inmutables, corre el riesgo de fracasar. Si se aplica las leyes inmutables corre el riesgo de ser insultado, ignorado o condenado.” (p. 175). Paciencia, el éxito es la mejor de las reivindicaciones. Las leyes inmutables al que se hace mención y que se anotan en esencia a continuación imbricándola a la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”, se denominan “Las 22 Leyes inmutables del Marketing” y son las siguientes:

La ley del liderazgo. Se tiene que proyectar y ejecutar que la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” tiene que ser la primera antes que la mejor.

La ley de la categoría. Si la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” no puede ser la primera en la categoría, entonces debe crearse a al menos innovarse para que sea la primera.

La ley de la mente. Para la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” es mejor ser el primero en el proceso cerebral del pensar, antes que ser el primero en los puntos de venta. La ley de la mente modifica a la ley del liderazgo.

La ley de la percepción. Para la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”: el marketing no es una batalla acerca de productos del desarrollo económico, sino una batalla de percepciones. No hay mejores productos. Lo único que existe en el marketing del planeta Tierra son percepciones en el cerebro de los clientes actuales y potenciales.

La ley de la concentración. Para marketing de la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis”: El concepto más poderoso es apropiarse de una palabra en el cerebro de los prospectos. Por ejemplo, IBM, ni a bien se pronuncia y en el cerebro de las personas se piensa en computadoras, fotocopiadoras, impresoras, etcétera.

La ley de la exclusividad. Dos empresas no pueden poseer la misma palabra en el cerebro de los clientes. Por consiguiente, la estrategia de gestión socioeconómica “Schultz-Lewis” tiene una palabra que lo identifica: “ipso facto”.

La ley de la escalera. - Qué estrategia se vaya utilizar, depende del escalón que ocupen la escalera. Por ende, la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", por si acaso ocupe el primer lugar, sino el segundo lugar o el tercero, la batalla no está perdida. Los productos que se derivan de la agro-industrialización de palma aceitera son de interés cotidiano a diferencia de los productos esporádicos como electrodomésticos o de los productos de lujo como cámaras de video. Es preferible ser un pez pequeño en un estanque grande que ser un gran pez en un estanque pequeño.

La ley de la dualidad. A la larga, cada mercado se convierte en una carrera de dos participantes. En pilas son Eveready y Duracell. En películas fotográficas, Kodak y Fuji. En zapatillas de deporte, Nike y Rebook. En pasta de dientes, Crest y Colgate, etcétera. La estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" preconiza que, a la larga, en la venta de sus productos, si no es primera será segunda. El asunto principal, pasa porque los clientes piensen que hay dos marcas en la cima y que estén convencidos y digan: "Deben ser los mejores, no por algo son los dos primeros".

La ley de lo opuesto. Si la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" opta por el segundo puesto, es una estrategia determinada por el líder. Si quien ejerce de líder de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" desea asentarse firmemente es el segundo escalón de la escalera, analice la empresa que está por arriba. ¿Cuál es su fortaleza? ¿Y cómo puede convertirse esa fortaleza en debilidad?

La ley de la división. Una categoría comienza siendo única, La computadora, por ejemplo. Pero, el tiempo pasa y no se detiene; sin embargo, la categoría si se desglosa en otros segmentos: macro-computadoras, microcomputadoras, estaciones de trabajo, computadoras portátiles, computadoras de plumilla, etcétera.

La ley de la perspectiva. Los efectos del marketing de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" son a largo plazo. A corto plazo, comer excesivamente satisface la ansiedad, pero a largo plazo causa obesidad y depresión.

La ley de la extensión de línea. Línea que se condice e imbrica con las demás leyes.

La ley del sacrificio. Si quiere triunfar hoy día, debe renunciar a algo. Hay tres cosas que sacrificar: línea de productos, mercado meta y cambio constante.

La ley de los atributos. Por cada atributo, hay otro contrario igual defectivo. Es mucho mejor buscar los atributos opuestos que puedes usar para jugar contra el líder. Las palabras clave son todo lo contrario. Igualmente, inútil. Coca-Cola fue la original y eligió a los ancianos. Pepsi se ha consolidado como una opción para los jóvenes. como que la caries formaba parte de Crest, otras pastas dentales disipan la pasta dental y utilizan otros atributos como sabor, blancura, protección respiratoria y, más recientemente, flúor, en lugar de mencionar la caries.

La ley de la sinceridad. El propósito de la sinceridad, no es ofrecer disculpas. El propósito es crear un beneficio que convencerá a su prospecto. Esta ley sólo demuestra la vieja máxima: la honestidad es la mejor política.

La ley de la singularidad. En cada situación, sólo una jugada producirá resultados sustanciales. La historia prueba que el único que daba resultados en el marketing es el golpe audaz y único. Los generales exitosos estudian el campo de batalla y buscan el golpe audaz y único, el que menos espera el enemigo. Encontrar uno es difícil. Encontrar más de uno es normalmente imposible.

La ley de lo imprescindible. La estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" no es un plan a largo plazo, sino una orientación a largo plazo. Tampoco, es una buena contabilidad, pero su marketing es deplorable. La decisión de emplear la estrategia no permite predicción alguna, ni mucho menos profecía. Lo que sí se puede hacer es echar mano de las tendencias que es una forma de aprovechar los cambios.

La ley del éxito. El éxito puede llevar a la arrogancia y la arrogancia al fracaso. El ego es el enemigo del éxito en marketing.

La ley del fracaso. El fracaso es parte de nuestra vida y debemos aceptarlo. Al parecer, los japoneses saben admitir a tiempo un error y luego hacen los cambios necesarios.

La ley de la nota sensacionalista. En muchas ocasiones la situación es lo contrario de lo que aparece en la prensa.

La ley de la aceleración. Los programas que triunfan no se construyen sobre caprichos, sino sobre tendencias. Un gusto pasajero es una ola en el océano y la tendencia es la marea. Un capricho tiene mucho de amarillismo y una tendencia muy poco. Al igual que una ola, un gusto pasajero es muy visible, pero sube y baja muy de prisa. Al igual que la marea, la tendencia es casi invisible, pero con mucha fuerza a largo plazo.

La ley de los recursos. Sin los fondos adecuados, una idea no despegará del suelo. El dinero hace funcionar el mundo del marketing. Las ideas sin dinero no sirven. Bueno, casi nada.

7. Núcleo teórico

El núcleo teórico de la estrategia de gestión "Schultz-Lewis" se conforma de legalidades teóricas que explican por qué, cómo y cuándo ocurre que la estrategia evidenciará praxiología derivada de las teorías de las ciencias que rigen la vida económica en relación con el desarrollo socioeconómico sostenible y rentable. Tales teorías que responden a preguntas planteadas de manera interdisciplinaria o sistemática, así como única, interdisciplinaria e interdisciplinaria, provienen de las ciencias sociales, las ciencias naturales y las ciencias formales. La estrategia de gestión "Schultz Lewis" no existe a menos que esté escrita en blanco y negro, por lo que es un plan general estructurado con énfasis en acciones operativas. Es decir, un plan que guía todas las acciones durante un período de tiempo específico.

La Ley de la Oferta y la Demanda ocupa el primer lugar en la teoría de las ciencias sociales donde la estrategia de gestión "Schultz Lewis" subyace en el apoyo al desarrollo económico sostenible y rentable a través de la industrialización agrícola del aceite de palma.

La ley de la oferta y la demanda, es una especie de cerebro de la teoría micro y macro económica. En las transacciones de bienes y servicios la ley de la oferta y la demanda es una legalidad básica sobre la que se basa la economía de mercado. Esta legalidad refleja la relación existente entre la demanda de una mercancía y la cantidad ofrecida de esa mercancía, considerando obviamente el precio al que se tiene que vender dicha mercancía.

Circunscrita a la economía de mercado y a sus leyes de la oferta y la demanda y la plusvalía principalmente se alinean las teorizaciones de los economistas burgueses además de sus inherentes contraposiciones conceptuales presentan las mismas polarizaciones teóricas sobre la ciencia que debe estudiar prioritariamente la producción y la distribución en cada sociedad específica.

Las formulaciones efectuadas por: **A.-** Los marginalistas: K. Menger, L. Walras. V. Pareto, A. Marshall, etcétera. **B.-** Por J. M. Keynes. **C.-** Los neokeynesianos: Gordon, Fisher, Taylor, Grossman, Clower, Leijonhufvud, Malinvaud, J. P. Benassy, Negishi. **D.-** Los postkeynesianos: A. Eichener, P. Davidson, S. Weintraub, H. Minsky, Kalecki, sterndl, s. Labini, el último Kaldor, Joan Robinson. **E.** Los neoclásicos: Hicks, Hansen, Samuelson Tobin, Modigliani. **F.-** La moderna escuela austriaca: K. Menger, **E.** Bohmbawerk, Ludwing Von Mises, F. Van Hayek. **G.-** La nueva macroeconomía clásica: Lucas, Th. Sargent, R. Barro. **8.** El monetarismo: K. Brunner, M. Friedman. **H.-** El modelo de equilibrio general walrasiano: Arrow, Debreau. Todos ellos, postulan desde diversas perspectivas su preocupación fundamental de “salvar” la sociedad capitalista con sus “contribuciones”, con sus “aportaciones teóricas”, con sus “desarrollos científicos”.

Entre las teorías de las ciencias sociales en las que la estrategia de gestión “Schultz-Lewis” basa su sustentación para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera, se tiene a una teoría que se desprende de la Economía Política: “La ley del desarrollo desigual del capitalismo” tal como describen y explican Ríndina y Chernicov (1973):

Bajo el capitalismo, su base económica es la propiedad privada de los medios de producción, y el desarrollo de las empresas, del sector industrial e incluso del país en su conjunto es desigual. (...). Sin embargo, las manifestaciones de esta ley objetiva no son las mismas en las distintas etapas del desarrollo del capitalismo (p. 312). Tal es la esencia de la ley del desarrollo desigual del capitalismo en el actual imperio neoliberal. Está claro, que, en las ciencias sociales, los principios, leyes y reglas son enunciados que configuran las teorías sin que se soslaye una postura: social, política y filosófica.

Evidentemente, en coherencia con la transdisciplinariedad, la estrategia de gestión “Schultz-Lewis” para el desarrollo económico sostenible y rentable producto de la agro-industrialización de palma aceitera se describe y explica al amparo de una serie de teorías que provienen de las ciencias formales, entre ellas se tiene a una teoría de la Contabilidad, denominada la ley de la partida doble, la que fue explicada por quien la descubrió Fray Luca Pacioli.

REFERENCIAS

- Bunge (2001). *¿Qué es filosofar científicamente?* Lima: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Dammert, J. (2014). *Cambio de uso de suelos por agricultura a gran escala en la Amazonía andina: el caso de la palma aceitera*. Lima: Unidad de Apoyo de la Iniciativa para la Conservación en la Amazonía Andina (ICAA).
- González, A. (2016). *La agroindustria de la palma de aceite en América*. En: Palmas, Vol. 37 No. Especial, Tomo II.
- Hurtado, J. (1998). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: Fundación. Fundación Cypal.
- OXFAM Internacional (2018). El aumento de cultivos de palma aceitera amenaza la Amazonia peruana. Nuevos proyectos deforestarán más de 25 000 hectáreas de bosque. <https://www.oxfam.org/es/el-aumento-de-cultivos-de-palma-aceitera-amenaza-la-amazonia-peruana>
- Pérez, M. (2003). *Diccionario de administración*. 5° ed. Lima: Editorial San Marcos.
- Pertuz, A. & Santamaría, A. (2014). *La palmicultura colombiana: sostenibilidad económica, social y ambiental*. Nariño: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño. En: Revista Tendencias de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño del año 2014, Vol. XV, N° 1.
- Rao, V. (2004). *Sostenibilidad económica, social y ambiental de la producción de aceite de palma en Malasia. Discusión y tendencias del mercado*. Kuala Lumpur: Asociación Malaya de Aceite de Palma. En: Palmas, Vol. 25 No. Especial, Tomo I.

Rosental, M. (2005). *Diccionario filosófico*. Lima. Ediciones HUASCARAN.

Sánchez, H., Reyes, C. & Mejía, K. (2017). *Metodología y diseños en la investigación científica*. 5ª ed. Lima: Universidad Ricardo Palma.

Sánchez, A. (1994). *La rentabilidad económica financiera de la gran empresa española, análisis de los factores determinantes*. Badajoz: Universidad de Extremadura. *Revista Española de la Financiación y Contabilidad*. Vol. XXIV, n. 78

Tamayo, M. (2002). *Diccionario de la investigación científica*. México: LIMUSA.

Zurita, T., Pucutay, J., Córdova, I, & León, L. (2019). *Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad. Caso: Empresa Indema Perú S.A.C*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador. En: *Revista de Investigación INNOVA* del año 2019. Volumen 4, No.3.1

ANEXOS

Cuadro de Operacionalización de Variables

Estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" y su evidencia praxiológica en desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera para sus productores, provincia Alto Amazonas, 2021-2031

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable: Estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis"	Es una planificación escrita que mediante su estructura orienta acciones en un período determinado causando efectos deseables al amparo de su corpus teórico basado en teorías de las ciencias administrativas, económicas, agrarias y afines.	La estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" es una categoría conceptual que se configura en siete dimensiones, 43 indicadores y 43 ítems tal como se aprecia a continuación.	Finalidad	02 indicadores	Escala ordinal
			Estudio de mercado	06 indicadores	
			Estructura de sostenibilidad	22 indicadores	
			Estudio técnico	04 indicadores	
			Estudio de inversión y finanzas	02 indicadores	
			Táctica de marketing	04 indicadores	
			Núcleo teórico	03 indicadores	
Variable: Desarrollo económico sostenible y rentable	En síntesis, es un efecto causado por la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" que consiste en evidenciar praxiología significativa en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas	El desarrollo económico sostenible y rentable es un factor conceptual económico que se estructura en ocho dimensiones, 37 indicadores y 37 ítems respectivamente.	1. Alianzas estratégicas	10 indicadores	Escala ordinal
			2. Capacidad para la generación de ingresos suficientes y oportunos	05 indicadores	
			3. Capacidad de gestión.	10 indicadores	
			4. Obtención de solidez y permanencia	05 indicadores	
			5. Capacidad de adecuación a la tecnología cambiante	04 indicadores	
			6. Capacidad para calcular el valor actual neto (VAN)	01 indicador	
			7. Capacidad para calcular la tasa interna de retorno (TIR)	01 indicador	
			8. Capacidad para calcular el coeficiente beneficio costo (CBC)	01 indicador	

Matriz de Consistencia

Estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" y su evidencia praxiológica en desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera para sus productores, provincia Alto Amazonas, 2021-2031

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos																																				
<p>Problema general ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?</p> <p>Problemas específicos ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031? ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031? ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad de gestión en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031? ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con solidez y permanencia en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031? ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad para adecuación a cambios tecnológicos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031? ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en valor actual neto (VAN) en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031? ¿En qué medida la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis" evidenciará praxiología para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en tasa interna de retorno (TIR) en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas en la década 2021-2031?</p>	<p>Objetivo general Evaluar las evidencias de praxiología escrutadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", sistematizado de acuerdo con los estándares que tipifican a un plan sistémico sobre la base de matrices preexistentes consustanciales a la criterialidad examinativa de sus teorías nucleares que configuran corpus teórico-práctico, así como de sus condiciones inexcusables y desiderativas para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.</p> <p>Objetivos específicos Examinar la descripción, explicación, definición conceptual y operacional del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera y de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", como teoría y práctica, estudiado de acuerdo a las especializaciones científicas que revelen evidencias praxiológicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. Estimar las evidencias de praxiología del desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera, dimanadas de la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", en analogía con la planificación convencional consustancial a la experiencia en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.</p>	<p>Hipótesis general Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.</p> <p>Hipótesis específicas H1.1 Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en alianzas estratégicas en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. H1.2 Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. H1.3 Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad de gestión en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. H1.4 Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con solidez y permanencia en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. H1.5 Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera con capacidad para adecuación a cambios tecnológicos en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. H1.6 Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en valor anual neto (VAN) en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas. H1.7 Si se examina la estrategia de gestión socioeconómica "Schultz-Lewis", hacia la década 2021-2031, entonces se evidencia praxiología significativa para el desarrollo económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera en tasa interna de retorno (TIR) en perspectiva de aplicarse y favorecerse a los productores de la provincia de Alto Amazonas.</p>	<p>Técnicas Los datos escrutados de la opinión de cada experto, se procesarán en concordancia con cada hipótesis específica, mediante el cálculo de las puntuaciones, la media aritmética y otras medidas de posición necesaria, y al cálculo de las frecuencias absolutas y porcentuales.</p> <p>Instrumentos de recolección de datos A. Test de análisis de contenido para la medición de la sistematicidad de la estrategia de gestión "Schultz-Lewis". B. Test para la medición de las evidencias de praxiología existentes en la estrategia de gestión "Schultz-Lewis" para el desarrollo socio económico sostenible y rentable. C. Test para la medición de la situación del desarrollo socio económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera acorde a la percepción de los productores de la provincia de Alto Amazonas.</p> <p>Instrumentos para la medición de la validez y confiabilidad A. Registro de análisis de contenido para la medición de la validez y confiabilidad de los ítems que medirán la sistematicidad de la estrategia de gestión "Schultz-Lewis". B. Registro análisis de contenido para la medición de la validez y confiabilidad de los ítems que medirán las evidencias de praxiología para el desarrollo socio económico sostenible y rentable existentes en la estrategia de gestión "Schultz-Lewis". C. Registro análisis de contenido para la medición de la validez y confiabilidad de los ítems que medirán la situación del desarrollo socio económico sostenible y rentable en agro-industrialización de palma aceitera acorde a la percepción de los productores de la provincia de Alto Amazonas.</p>																																				
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones																																					
<p>La investigación a abordarse es del tipo descriptiva-proyectiva. En la investigación a realizarse se empleará el "Diseño descriptivo simple", cuyo diagrama es el siguiente:</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid black; width: fit-content; margin: 0 auto; padding: 5px;"> <table style="border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">M</td> <td colspan="7" style="border: 1px solid black; text-align: center; padding: 2px;">O</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;"></td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">O₁</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">O₂</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">O₃</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">...</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;"></td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">O₇</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;"></td> </tr> </table> </div> <p>Diagrama en el que, M: Es la muestra conformada por los sujetos de la muestra. O: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra, acerca del desarrollo económico sostenible y rentable. O1: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra, acerca de Alianzas estratégicas. O3: Es la información obtenida, producto de la opinión de cada sujeto de la muestra, acerca de la capacidad de generar ingresos suficientes y oportunos. O3: La capacidad de gestión. O4: Solidez y permanencia. O5: Capacidad para adecuación a cambios tecnológicos. O6: Valor actual neto (VAN). O7Tasa interna de retorno (TIR).</p>	M	O								O ₁	O ₂	O ₃	...		O ₇		<p>Población La población estará constituida por dos estratos de congéneres: los ciudadanos productores de palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas y un grupo de cinco expertos, los segundos deben poseer formación en administración empresarial o con alguna otra mención con afinidad a nivel de postgrado. Se considerará dos variables de exclusión: postura paradigmática dogmatizada y poca seriedad de los sujetos de la muestra.</p> <p>Muestra Para la presente investigación habrá, por una parte, una muestra constituida por los ciudadanos productores de palma aceitera de la provincia de Alto Amazonas, previa resta o control de las variables de exclusión; y, por otra la muestra constituida por 5 expertos en la materia del que objeto que se está estudiando, ésta última será igual a la población, siendo entonces representativa. Por ende, la muestra constituida por expertos es una muestra intencional y no probabilística, con la condición que ostenten formación en administración empresarial o con alguna otra mención con afinidad a nivel de postgrado</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;"></th> <th style="width: 85%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Variable Estrategia de gestión socioeconómica Schultz-Lewis.</td> <td>Finalidad</td> </tr> <tr> <td>Estudio de mercado</td> </tr> <tr> <td>Estructura de sostenibilidad</td> </tr> <tr> <td>Estudio técnico</td> </tr> <tr> <td>Estudio de inversión y finanzas</td> </tr> <tr> <td>Táctica de marketing</td> </tr> <tr> <td>Núcleo teórico</td> </tr> <tr> <td rowspan="7" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Variable: Desarrollo económico sostenible y rentable</td> <td>Alianzas estratégicas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad para la generación de ingresos suficientes y oportunos</td> </tr> <tr> <td>Capacidad de gestión.</td> </tr> <tr> <td>Obtención de solidez y permanencia</td> </tr> <tr> <td>Capacidad de adecuación a la tecnología cambiante</td> </tr> <tr> <td>Capacidad para calcular el valor actual neto (VAN)</td> </tr> <tr> <td>Capacidad para calcular la tasa interna de retorno (TIR)</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Capacidad para calcular el coeficiente beneficio costo.</td> </tr> </tbody> </table>			Dimensiones	Variable Estrategia de gestión socioeconómica Schultz-Lewis.	Finalidad	Estudio de mercado	Estructura de sostenibilidad	Estudio técnico	Estudio de inversión y finanzas	Táctica de marketing	Núcleo teórico	Variable: Desarrollo económico sostenible y rentable	Alianzas estratégicas	Capacidad para la generación de ingresos suficientes y oportunos	Capacidad de gestión.	Obtención de solidez y permanencia	Capacidad de adecuación a la tecnología cambiante	Capacidad para calcular el valor actual neto (VAN)	Capacidad para calcular la tasa interna de retorno (TIR)	Capacidad para calcular el coeficiente beneficio costo.	
M	O																																						
	O ₁	O ₂	O ₃	...		O ₇																																	
	Dimensiones																																						
Variable Estrategia de gestión socioeconómica Schultz-Lewis.	Finalidad																																						
	Estudio de mercado																																						
	Estructura de sostenibilidad																																						
	Estudio técnico																																						
	Estudio de inversión y finanzas																																						
	Táctica de marketing																																						
	Núcleo teórico																																						
Variable: Desarrollo económico sostenible y rentable	Alianzas estratégicas																																						
	Capacidad para la generación de ingresos suficientes y oportunos																																						
	Capacidad de gestión.																																						
	Obtención de solidez y permanencia																																						
	Capacidad de adecuación a la tecnología cambiante																																						
	Capacidad para calcular el valor actual neto (VAN)																																						
	Capacidad para calcular la tasa interna de retorno (TIR)																																						
Capacidad para calcular el coeficiente beneficio costo.																																							