



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TESIS**

**“ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA EL  
DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS MYPES DE  
DERIVADOS LÁCTEOS EN FLORIDA POMACOCHAS,  
2019”**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. YARELIS YAMILETH HOYOS CRUZADO**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ASESOR**

**MG. ADOLFO ANTONIO SIMEON CARHUAVILCA**

**CHACHAPOYAS - PERÚ  
2021**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo especialmente a Dios, por ser mi fortaleza en cada momento de mi vida y por haberme permitido llegar hasta este momento tan trascendental de mi formación profesional. A mi madre, por ser mi guía y por enseñarme siempre con cariño que todo esfuerzo tiene su recompensa. A mi padre, que me brindo su apoyo incondicional y sus consejos que me inspiraron a querer ser mejor. A mi hermana, quien a pesar de nuestras diferencias es mi mejor amiga y me conforta saber que siempre estará ahí para mí. A mi esposo que con amor me impulso a seguir adelante y cumplir mis metas.

Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la universidad Alas Peruanas por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente y cumplir mis metas.

A mis profesores por sus enseñanzas y consejos contantes que me permitieron incrementar mis conocimientos

A la población de florida Pomacochas, por facilitarme la información necesaria para concluir este proyecto.

Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado.

## **RECONOCIMIENTO**

La realización de esta tesis fue posible gracias al apoyo incondicional de mis padres, los cuales me fortalecieron con sus consejos para seguir adelante.

Asimismo, agradezco a los representantes de las MYPES y a la población de Florida – Pomacochas, ya que fueron un pilar fundamental para concluir esta investigación.

Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado.

# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| DEDICATORIA.....   | 3  |
| AGRADECIMIENTO.....  | 4  |
| RECONOCIMIENTO .....   | 5  |
| ÍNDICE.....  | 6  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                                       | 8  |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                                      | 9  |
| RESUMEN.....   | 12 |
| ABSTRACT.....  | 13 |
| INTRODUCCIÓN .....   | 14 |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                 | 15 |
| 1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....            | 15 |
| 1.2. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION .....                  | 16 |
| 1.2.1. Delimitación Espacial.....                            | 16 |
| 1.2.2. Delimitación Social .....                             | 16 |
| 1.2.3. Delimitación Temporal.....                            | 16 |
| 1.2.4. Delimitación Conceptual.....                          | 17 |
| 1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....                          | 17 |
| 1.3.1. Problema Principal.....                               | 17 |
| 1.3.2. Problemas Secundarios .....                           | 17 |
| 1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....                     | 17 |
| 1.4.1. Objetivo General.....                                 | 17 |
| 1.4.2. Objetivos Específicos .....                           | 17 |
| 1.5. HIPOTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN .....         | 18 |
| 1.5.1. Hipótesis General.....                                | 18 |
| 1.5.2. Variables (definición conceptual y operacional).....  | 18 |
| 1.5.2. Variables (Definición Conceptual y operacional) ..... | 20 |
| 1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....                   | 21 |
| 1.6.1. Tipo y Nivel de la Investigación .....                | 21 |
| 1.6.2. Método y Diseño de la Investigación .....             | 21 |
| 1.6.3. Población y Muestra de la Investigación .....         | 22 |
| 1.6.4. Técnica e Instrumentos de Recolección de datos .....  | 23 |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.6.5.    Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación .....  | 24        |
| <b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>  | <b>26</b> |
| 2.1.    ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....   | 26        |
| 2.2.    BESES TEÓRICAS .....   | 28        |
| 2.3.    DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....   | 33        |
| <b>CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE<br/>RESULTADOS .....</b>   | <b>35</b> |
| 3.1.    ANÁLISIS DE TABLAS Y GRÁFICOS .....  | 35        |
| 3.1.1.    Diagnóstico situacional para medir el nivel de producción de la<br>cadena de valor de las Mypes de derivados lácteos de Florida –<br>Pomacochas..... | 35        |
| Aspectos Generales de las Mypes .....  | 35        |
| 3.1.2.    Identificación de las estrategias de comercialización que utilizan las<br>Mypes de derivados lácteos en Florida – Pomacochas.....                    | 49        |
| 3.1.3.    Identificación de la relación que existe entre las Mypes de<br>derivados lácteos con el desarrollo exportador en Florida – Pomacochas..              | 51        |
| 3.2.    Discusión de resultados .....  | 60        |
| <b>CONCLUSIONES .....</b>  | <b>62</b> |
| <b>RECOMENDACIONES .....</b>   | <b>64</b> |
| <b>FUENTES DE INFORMACIÓN.....</b>   | <b>65</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>   | <b>68</b> |
| <b>Instrumentos de recolección de datos (validado por expertos).....</b>   | <b>72</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1.</b> Coeficiente de Correlación de Spearman para identificar la relación que existe entre las variables ..... | 58 |
|--|----|

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 2.</b> Grado de Instrucción.....   | 35 |
| <b>Figura 3.</b> Ocupación principal.....  | 35 |
| <b>Figura 4.</b> Tipo de producto que comercializa .....   | 36 |
| <b>Figura 5.</b> Las Mypes que cuentan con un almacén adecuado para el acopio de sus productos.....  | 36 |
| <b>Figura 6.</b> La infraestructura con la que cuenta es la adecuada para la distribución de los productos .....   | 37 |
| <b>Figura 7.</b> Cuenta con el recurso humano adecuado y capacitado .....  | 37 |
| <b>Figura 8.</b> Utiliza estrategias de promoción para captar clientes.....  | 38 |
| <b>Figura 9.</b> Que estrategias utiliza para captar clientes .....  | 38 |
| <b>Figura 10.</b> Cuenta con los equipos adecuados para la distribución de los productos .....   | 39 |
| <b>Figura 11.</b> Cuáles son los equipos con los que cuenta para la elaboración y distribución de los productos .....  | 39 |
| <b>Figura 12.</b> Manejan un sistema adecuado para el registro de pedidos y/o requerimientos .....   | 40 |
| <b>Figura 13.</b> Qué sistema Maneja para el registro de pedidos y/o requerimientos .....  | 40 |
| <b>Figura 14.</b> Cuál es el nicho de mercado al que se dirige .....   | 41 |
| <b>Figura 15.</b> Cuenta con certificación de sanidad .....  | 41 |
| <b>Figura 16.</b> Participa en eventos de promoción y comercialización de productos .....  | 42 |
| <b>Figura 17.</b> Conoce de las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa .....  | 42 |
| <b>Figura 18.</b> Ha tenido o tiene asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos .. | 43 |
| <b>Figura 19.</b> Con cuántos proveedores por producto trabaja .....   | 43 |
| <b>Figura 20.</b> Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Queso).....   | 44 |
| <b>Figura 21.</b> Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Mantequilla) .....  | 44 |
| <b>Figura 22.</b> Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Manjar).....  | 45 |



|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 23.</b> Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Yogurt).....                                   | 45 |
| <b>Figura 24.</b> Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Quesillo).....                                 | 46 |
| <b>Figura 25.</b> Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Queso) .....                               | 46 |
| <b>Figura 26.</b> Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Mantequilla).....                          | 47 |
| <b>Figura 27.</b> Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Manjar) .....                              | 47 |
| <b>Figura 28.</b> Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Yogurt) .....                              | 48 |
| <b>Figura 29.</b> Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Quesillo) .....                            | 48 |
| <b>Figura 30.</b> ¿Cree que las Mypes cuentan con un almacén adecuado para el acopio de los productos? .....                                | 51 |
| <b>Figura 31.</b> ¿Considera que la infraestructura con la que cuenta las Mypes es la adecuada para la distribución de los productos? ..... | 52 |
| <b>Figura 32.</b> ¿Cree que las Mypes cuentan con el recurso humano adecuado y capacitado?.....   | 52 |
| <b>Figura 33.</b> ¿Cree que las estrategias de promoción que utilizan las Mypes son eficientes para captar clientes?.....                   | 53 |
| <b>Figura 34.</b> ¿Cree que las Mypes cuentan con los equipos adecuados para la distribución de los productos?.....                         | 53 |
| <b>Figura 35.</b> ¿Cree que los compradores manejan un sistema adecuado para el registro de pedidos y/o requerimientos? .....               | 54 |
| <b>Figura 36.</b> Cree que los proveedores cuentan con materia prima en stock .   | 54 |
| <b>Figura 37.</b> ¿Creen que las Mypes tienen definido el nicho de mercado (Nacional e Internacional) al que se dirigen? .....              | 55 |
| <b>Figura 38.</b> Cree que las Mypes cuenta con certificación de sanidad .....  | 55 |
| <b>Figura 39.</b> ¿Cree que las Mypes participa activamente en eventos de promoción y comercialización de productos? .....                  | 56 |
| <b>Figura 40.</b> ¿Cree que las Mypes conocen de las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa?.....                | 56 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 41.</b> ¿Cree que las Mypes conocen de alguna herramienta que facilite la comercialización de sus productos? .....   | 57 |
| <b>Figura 42.</b> ¿Cree que las Mypes ha tenido o tiene asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos? ..... | 57 |
| <b>Figura 43.</b> ¿Cree que las Mypes cuentan con una cantidad suficiente para comercializar su producto sosteniblemente? .....  | 58 |

## RESUMEN

La investigación “Análisis de la cadena de valor para el desarrollo exportador de las Mypes de derivados lácteos en Florida Pomacochas, 2019”, nació de una interrogante ¿De qué manera el análisis de la cadena de valor influirá en desarrollo exportador de las Mypes de derivados lácteos en Florida Pomacochas, 2019?, para ello se planteó como objetivo realizar un análisis de la cadena de valor para el desarrollo exportador de las Mypes de derivados lácteos en Florida Pomacochas, 2019. y como hipótesis se analiza la cadena de valor de las Mypes de derivados lácteos en Florida – Pomacochas, entonces se podrá inferir en el desarrollo exportador. Dentro de la metodología se consideró al método descriptivo y analítico-sintético. La muestra establecida para este estudio fue a 8 Mypes y 58 pobladores de Florida Pomacochas. Como resultado se obtuvo que el 100% de las Mypes comercializa de manera local, el 88% a nivel provincial, el 75% a nivel regional distribuyendo en las principales ciudades de la región principalmente en Pedro Ruiz Gallo; y solo un 50% lo hace a nivel nacional trabajando con pedidos y envíos a las ciudades de Chiclayo, Jaén, Trujillo y Lima principalmente. Concluyendo que las estrategias de comercialización que utilizan las Mypes de derivados lácteos en Florida – Pomacochas son principalmente las siguientes: Estrategias competitivas, como la Publicidad, Merchandising, y Marketing de guerrilla; Estrategias de crecimiento, Penetración de mercado y Desarrollo de mercado.

**Palabras clave:** Cadena de valor, desarrollo exportador, mypes, derivados lácteos.

## **ABSTRACT**

The research "Analysis of the value chain for the export development of the MSMs of dairy derivatives in Florida Pomacochas, 2019", was born from a question: How will the analysis of the value chain influence the export development of MSMs of derivatives dairy products in Florida Pomacochas, 2019? for this purpose, the objective was to carry out an analysis of the value chain for the export development of the Mypes of dairy derivatives in Florida Pomacochas, 2019. and as a hypothesis If the value chain of the Mypes of dairy derivatives in Florida - Pomacochas then it can be inferred in the export development. Within the methodology, the descriptive and analytical-synthetic method was considered. The sample established for this study was 8 MSEs and 58 residents of Florida Pomacochas. As a result, it was obtained that 100% of the MSEs commercialize locally, 88% at the provincial level, 75% at the regional level, distributing in the main cities of the region, mainly in Pedro Ruiz Gallo; and only 50% do so nationwide, working with orders and shipments to the cities of Chiclayo, Jaén, Trujillo and Lima mainly. Concluding that the marketing strategies used by the Mypes of dairy derivatives in Florida - Pomacochas are mainly the following: Competitive strategies, such as Advertising, Merchandising, and Guerrilla Marketing; Growth strategies, Market penetration and Market development.

**Keywords:** Value chain, export development, mypes, dairy products.

## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación está conformada por capítulos, en los cuales se describe punto por punto cada ítem que conforma el informe de tesis.

El capítulo I está conformada por el planteamiento del problema donde se describe la problemática que se vive a nivel mundial, nacional y local con la comercialización de los derivados lácteos.

En el capítulo II se encuentra el marco teórico, el cual está compuesto por los antecedentes de otras investigaciones que se hicieron a nivel internacional, nacional y local; el marco teórico donde se encuentran diversas teorías de las variables de estudio y por último que lo conforma este capítulo esta la definición de términos.

Y en el capítulo III, se encuentran la presentación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación.

Por último, están las conclusiones, recomendaciones, fuentes de información y los anexos donde se presenta las evidencias que muestra el desarrollo de la investigación.

La investigación tuvo como objetivos específicos: Realizar un diagnóstico situacional para medir el nivel de producción de la cadena de valor de las Mypes de derivados lácteos de Florida – Pomacochas, Identificar las estrategias de comercialización que utilizan las Mypes de derivados lácteos en Florida – Pomacochas e Identificar la relación que existe entre las Mypes de derivados lácteos con el desarrollo exportador en Florida – Pomacochas.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA**

El contexto de la producción de derivados lácteos a nivel del mundo ha ido teniendo un cambio lento en el pasar de los años, ya que ha influido mucho los cambios que se ha ido generando en el ámbito social, político, cultural y económico en la mayoría de países. Es así que los derivados lácteos alejarse del desarrollo de la economía.

Hoy en día en la demanda mundial los derivados lácteos son los que tienen un menor costo de producción y son capaces de exportar sus productos sin un subsidio que los avale. Por otro lado, la producción y exportación estos derivados lácteos en un futuro será más comercializado, ya que estará enfocado en un proveedor con gustos especializados, ya que estará de acorde al gusto del consumidor en todo el mundo (Gamarra, 2001).

América Latina es importador neto de productos lácteos, si bien entre los países estén dos grandes exportadores, Argentina y Uruguay. En la última década, la producción de la leche entera y fresca en América Latina creció a tasas más elevadas que en otras regiones, excepto en Nueva Zelanda y Australia. Además, la producción derivada de la leche fresca entera, es decir, otros tipos de leche (seca, desnatada, evaporada, condensada, entre otros), así como de mantequilla y queso, fue bastante dinámica. Esos procesos tuvieron lugar debido al desarrollo de complejos productivos (cluster) lácteo en varios países de la región. Cabe señalar la importancia del comercio intrarregional en estos productos, dentro del Mercado Común del Sur (Mercosur), y parcialmente dentro de la Comunidad Andina (Kouzmine, 2013).

En los últimos años el Perú, ha demostrado un alto crecimiento económico, el cual favorece a la producción de este alimento y su comercialización para el mercado interno. En la actualidad la producción total de leche es de 1.70 millones de TM y se exporta el equivalente a 300 mil TM, a esto se añade la firma del TLC que engloba

a varios países, ya que de esta manera facilita la comercialización de nuestros productos con los diferentes países, bajo condiciones óptimas de negociación (Espinoza, 2012).

En la región Amazonas en el distrito de Florida-Pomacochas desde ya hace un tiempo a tras se están dedicando exclusivamente a la crianza de ganado vacuno, el cual está contribuyendo favorablemente con el desarrollo económico de los pobladores. Actualmente esta actividad económica es primitiva en el lugar de estudio debido a que no lo dan mucha importancia y a la poca promoción de los derivados lácteos, ya que esto impide a los ganaderos a mejorar la producción y de esta manera limita el desarrollo de esta actividad, esto ocasiona un desconocimiento del potencial de dicha actividad comercial con los mercados de toda la región Amazonas y también de los de nivel nacional.

La producción en la localidad de Florida-Pomacochas es limitada ya que no cuenta con las condiciones óptimas de establecimientos donde puedan comercializar los derivados lácteos, ya que les falta incrementar con lo que es la recolección, el proceso y la comercialización para ofertarlos al mercado.

## **1.2. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION**

### **1.2.1. Delimitación Espacial**

La investigación tuvo lugar en la localidad de Florida – Pomacochas, específicamente en las Mypes de derivados lácteos.

### **1.2.2. Delimitación Social**

Se trabajó con los productores de los derivados lácteos y los pobladores que hacen uso de una gran parte de estos productos.

### **1.2.3. Delimitación Temporal**

La investigación cubrió un tiempo de 4 meses, desde marzo a junio del año 2020.

#### **1.2.4. Delimitación Conceptual**

La investigación comprende de dos variables: la cadena de valor y el desarrollo exportador.

### **1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACION**

#### **1.3.1. Problema Principal**

¿De qué manera se analizará la cadena de valor en desarrollo exportador de las Mypes de derivados lácteos en Florida Pomacochas, 2019?

#### **1.3.2. Problemas Secundarios**

- ¿Cuál es el nivel de producción de los derivados lácteos por parte de las Mypes de Florida Pomacochas?
- ¿Qué estrategias de comercialización utilizan las Mypes de derivados lácteos en Florida Pomacochas?
- ¿Cuál es la relación de las Mypes de derivados lácteos con el desarrollo exportador de Florida Pomacochas?
- ¿Qué canales de distribución utilizan para la exportación de los derivados de las Mypes de Florida Pomacochas?

### **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar la cadena de valor para el desarrollo exportador de las Mypes de derivados lácteos en Florida Pomacochas, 2019.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional para medir el nivel de producción de la cadena de valor de las Mypes de derivados lácteos de Florida-Pomacochas.
- Identificar las estrategias de comercialización que utilizan las Mypes de derivados lácteos en Florida – Pomacochas.
- Identificar la relación que existe entre las Mypes de derivados lácteos con el desarrollo exportador en Florida - Pomacochas.



## 1.5. HIPOTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.5.1. Hipótesis General

Si se analiza la cadena de valor de las Mypes de derivados lácteos en Florida - Pomacochas entonces se podrá inferir en el desarrollo exportador.

### 1.5.2. Variables (definición conceptual y operacional)

#### 1.5.2.1. Variable dependiente

| <b>Desarrollo exportador</b>  |   |
|---|---|
| <b>Definición conceptual</b>  | <b>Definición operacional</b>   |
| Es la exportación de productos nacionales hacia el territorio extranjero, esto permite a que las mercancías sean consumidas como producto final en el domicilio extranjero (Sunat, 2016). | Es la implementación de mecanismos de comercialización para que un producto pueda hacerse conocido fuera de la frontera nacional con el objetivo de ser consumido en el exterior. |

#### 1.5.2.2. Variable independiente

| <b>Cadena de valor</b>   |   |
|--|---|
| <b>Definición conceptual</b>   | <b>Definición operacional</b>   |
| Es la manera de analizar la actividad empresarial, el cual busca identificar diferentes fuentes de ventajas competitivas en las actividades que generan un gran valor (Arimany, 2010). | Es una estructura secuencial de una empresa en el que se resalta una determinada área por la importancia que podría generar con su ventaja competitiva. |

### 1.5.2. Variables (Definición Conceptual y operacional)

| VARIABLES             | DEFINICIÓN CONCEPTUAL   | DEFINICIÓN OPERACIONAL  | DIMENSIONES              | INDICADORES   | N° DE ITEMS   | INSTRUMENTOS |
|-----------------------|---|---|--------------------------|---|---|--------------|
| Cadena de valor       | Es la manera de analizar la actividad empresarial, el cual busca identificar diferentes fuentes de ventajas competitivas en las actividades que generan un gran valor (Arimany, 2010).    | Es una estructura secuencial de una empresa en el que se resalta una determinada área por la importancia que podría generar con su ventaja competitiva.                           | Proveedores              | Logística interna                                   | ¿Las Mypes cuentan con un almacén adecuado para el acopio de los productos?                               | Encuesta     |
|                       |   |   |                          | Infraestructura de las Mypes                        | ¿Considera que la infraestructura con la que cuenta es la adecuada para la distribución de los productos? |              |
|                       |   |   |                          | Gestión de recursos humanos de las Mypes            | ¿Cuenta con el recurso humano adecuado y capacitado?  |              |
|                       |   |   | Canales de distribución  | Marketing y ventas                                  | ¿Utiliza estrategias de promoción para captar clientes?   |              |
|                       |   |   |                          | Desarrollo de tecnología                            | ¿Cuenta con los equipos adecuados para la distribución de los productos?                                  |              |
|                       |   |   | Compradores              | Logística externa                                   | ¿Los compradores manejan un sistema adecuado para el registro de pedidos y o requerimientos?              |              |
|                       |   |   |                          | Abastecimiento                                      | ¿Los proveedores cuentan con materia prima en stock?  |              |
| Desarrollo exportador | Es la exportación de productos nacionales hacia el territorio extranjero, esto permite a que las mercancías sean consumidas como producto final en el domicilio extranjero (Sunat, 2016). | Es la implementación de mecanismos de comercialización para que un producto pueda hacerse conocido fuera de la frontera nacional con el objetivo de ser consumido en el exterior. | Mercados Internacionales | Nivel de Información de Mercados Internacionales    | ¿Nicho de mercado al que se dirige?   | Entrevista   |
|                       |   |   |                          | Certificaciones que posee                           | ¿Cuenta con certificación de sanidad?   |              |
|                       |   |   |                          | Participación en Promoción Comercial                | ¿Participa en eventos de promoción?   |              |
|                       |   |   | Facilitación Comercial   | Grado de conocimiento del Marco regulatorio         | ¿Conoce de las normas y su aplicación en el tipo de producto que comercializa?                            |              |
|                       |   |   |                          | Conocimiento de herramientas para Acceso a mercados | ¿Conoce de alguna herramienta que facilite la comercialización de sus productos?                          |              |

## **1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. Tipo y Nivel de la Investigación**

#### **a. Tipo de Investigación**

El tipo de investigación a tener en cuenta para el presente estudio fue básico; toda vez que persiguió objetivos de manera práctica y real, partiendo de la curiosidad del investigador por conocer y tratar de resolver problemas circunscritos a las variables de estudio; así mismo la presente investigación sirvió para la realización de futuros estudios relacionados con la misma y con ello permitirá fortalecer las bases de ciencia hacia la búsqueda de una verdad objetiva.

#### **b. Nivel de Investigación**

Considerando los objetivos específicos de la investigación y los propósitos que persiguieron con cada uno de ellos se proyectó como descriptiva; considerando los alcances del estudio según las características, fenómenos y/o propiedades que fueron sometidos al análisis estadístico y secuencial de los datos recolectados. Por lo tanto, este tipo de estudios generalmente busca recolectar información o medir las variables de manera independiente y/o conjunta.

### **1.6.2. Método y Diseño de la Investigación**

#### **a) Método de Investigación**

La investigación en mención se enmarcó como científica porque se buscó obtener información relevante y fidedigna, los sustentos se basaron a criterios válidos y confiables, con la finalidad de obtener conocimientos y resolver problemas científicos que pertenecen a la ciencia económica, para lo cual se desarrolló un proceso lógico y secuencial.

Se hizo uso del:

- Método descriptivo el cual permitió describir la información recopilada de las Mypes de derivados lácteos de Florida – Pomacochas y nos ayudará a verificar la hipótesis.
- El método Analítico – Sintético el cual permitió realizar un estudio específico de la cadena de valor, para luego sintetizar los resultados en las conclusiones en concordancia con los objetivos del estudio.

#### b) Diseño de Investigación

El diseño de investigación fue no experimental de corte transversal descriptivo.

**M** ← **O**

**M** = Desarrollo exportador.

**O** = Cadena de valor.

### 1.6.3. Población y Muestra de la Investigación

#### a. Población

La población estuvo conformada por los siguientes:

**P1:** 8 Mypes de derivados lácteos en el distrito de Florida – Pomacochas.

**P2:** 3 739 pobladores del distrito de Florida – Pomacochas, según INEI, 2017.

#### b. Muestra

La muestra fue establecida mediante el muestreo aleatorio simple donde la fórmula es:

$$n = \frac{N \times Z^2 pq}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 pq}$$

**Dónde:**

**n**= tamaño de la muestra.

**Z**= nivel de confianza

**P**= variabilidad positiva

**q**= variabilidad negativa

**N**= Tamaño de la población

**e**= precisión o error

**M1:** Se tomó en su totalidad a 8 Mypes de derivados lácteos de Florida - Pomacochas

**M2:** Aplicando la formula se tomó a 58 pobladores del distrito de Florida - Pomacochas

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.96)(0.04)(3\ 739)}{(3\ 739)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.96) (0.04)} = 58.1 = \mathbf{58}$$

#### **1.6.4. Técnica e Instrumentos de Recolección de datos**

##### **a) Técnica**

Las técnicas que se utilizaron en esta investigación fueron:

- Entrevista: permitió recopilar información de manera directa y confiable de cada uno de los involucrados en la comercialización de los derivados lácteos.
- Encuesta: facilitó abundar en el proceso de investigación, pues nos permitió llegar a las diferentes partes de la población.
- Observación directa: permitió la observación en contacto directo con el objeto de estudio.

##### **b) Instrumentos**

Los instrumentos que se utilizaron fueron:

- Formato de encuestas: Se buscó obtener información acerca de la cadena de valor de los derivados lácteos. El cual se realizó a los pobladores del distrito de Florida – Pomacochas.
- Formato de entrevistas: Se buscó conocer el trabajo de los miembros de las Mypes de derivados lácteos sobre la comercialización de sus productos.

## **1.6.5. Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación**

### **a. Justificación**

Teniendo en cuenta el grado de influencia que ejerce el sector lácteo en el desarrollo social y económico en la población local, se justifica la presente investigación porque existe la necesidad de fortalecer la cadena de valor como una herramienta empresarial competitiva, el mismo que se fortalecerá si las Mypes de derivados lácteos planifican de manera estratégica un desarrollo exportador equilibrado (eficiente y eficaz).

Así mismo el desarrollo de esta investigación será un elemento útil para que las Mypes de derivados lácteos puedan tener una herramienta base que facilite el proceso de comercialización de productos enfocados en la exportación como un producto único y diferenciado.

La implementación de esta propuesta instituirá a una mayor importancia de los productos de derivados lácteos, y que tanto las Mypes como los productores se sienta involucrado con el crecimiento social y económico de la población local

### **b. Importancia**

Asumiendo la importancia de una investigación en el funcionamiento y crecimiento estratégico de una población respecto a un determinado sector, así mismo tomando en cuenta lo importante que es el sector lácteo como producto dinamizador de la economía local y los inconvenientes que resulta frente a la competitividad de las Mypes de productos lácteos de otras empresas del mismo rubro, siendo estas muchas veces susceptibles a los cambios competitivos del mercado. Todo ello proviene en gran porcentaje porque no existe una herramienta adecuada que facilite la conducción y consolidación de la comercialización de los productos lácteos.

Por tanto, es importante mencionar que Florida Pomacochas es un lugar apropiado para desarrollar este tipo de

investigaciones por poseer materia prima diversificada y el comienzo de pequeñas empresas que se dedican a la comercialización de productos lácteos. Todo ello favorece a fortalecer el nivel productivo y competitivo de las Mypes de derivados lácteos de Florida Pomacochas, y que estos a través de un instrumento de planificación puedan tomar buenas decisiones que les permita competir desde una perspectiva exportadora.

### **c. Limitaciones**

Las limitaciones se fundamentan en la falta de estudios previos de investigación acerca de análisis de la cadena de valor para el desarrollo exportador de las Mypes de derivados lácteos, por sobre todo en la el área de influencia de la investigación, así mismo la población objetivo al ser una población heterogénea con diferentes rangos dificulta a obtener datos confiables, que posiblemente podría limitar el alcance del análisis y con ello obtener una relación significativa. Por lo tanto, estos sesgos que dificulten la investigación y la disposición por parte de los involucrados para brindar información y las respuestas que se consigan obedecerán al grado de conocimiento respecto al tema de investigación por ser un tema técnico y poco frecuente.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **A nivel internacional**

Blanco (2016), hizo una investigación titulada diagnóstico de la problemática de la cadena láctea que se presenta en el departamento de Santander en la región los comuneros, para ello se tuvo como objetivo diagnosticar los problemas de la cadena láctea que se presentan en la región de los comuneros en el departamento de Santander. En la metodología se hizo un estudio exploratorio y descriptiva, porque se está hablando de una población específica, la cual es el análisis de la problemática de la cadena de la leche que se presenta en el departamento de Santander en la región de los comuneros. En la investigación se concluyó que el análisis permitió identificar que parte de los problemas graves en la cadena láctea, es la dificultad que tienen los medianos y pequeños productores para la tecnificación, la recolección y transporte de su producción, puesto que los volúmenes son muy pequeños y en algunos casos sus vías de acceso se encuentran bastante deterioradas impidiendo la entrada o salida, tanto de cualquier medio de transporte como de los insumos y los productos lácteos y sus derivados.

López y Ojeda (2015), en su investigación titulada: Plan estratégico para las pymes del sector lácteo en el municipio de San Juan de Pasto 2014-2019. La investigación tuvo como objetivo formular un plan estratégico para las M i pymes del sector lácteo de Pasto. Período 2014-2019. En la metodología el tipo de estudio fue descriptivo y exploratorio. Llegando a la siguiente conclusión: Las empresas transformadoras del sector lácteo del Municipio de Pasto, presentan diferentes estados de desarrollo, principalmente por los dueños fundadores y el proceso histórico de crecimiento del sector lácteo de Nariño, que no ha permitido generar un verdadero valor agregado al grupo de empresas que tienen mayor visibilidad en el mercado regional y nacional.



## **A Nivel Nacional**

Multhaupt y Romero (2017), en su investigación titulada: “Factores Asociados a la Producción, Transformación y Comercialización de Productos Lácteos en las Comunidades de Tambo Real y Ancachuro del Distrito de Zurite, Provincia de Anta 2010 – 2015”, la cual tuvo como objetivo analizar y determinar cuáles son los factores asociados a la producción, transformación y comercialización de productos lácteos en las comunidades de Tambo Real y Ancachuro del Distrito de Zurite provincia de Anta periodo 2010 – 2015. La metodología utilizada para la investigación fue analítico sintético. Se concluyó que los principales factores que están ligados a la producción y comercialización son la capacitación en manejo técnico, la asociatividad, y el acceso a servicios financieros.

Apaza y Llavilla (2017), en su investigación titulada: Competitividad de la cadena productiva de lácteos en el distrito de Pomacanchi, provincia Acomayo – Cusco – 2016. El objetivo de esta investigación fue analizar la relación entre gestión empresarial, innovación tecnológica y productividad con el nivel de competitividad en la cadena productiva de lácteos en el distrito de Pomacanchi, 2016. En la metodología la investigación fue de enfoque mixto, de nivel explicativo y el diseño de investigación fue no experimental de corte transversal. Se concluyó que la gestión empresarial en el eslabón de las plantas procesadoras de derivados lácteos es aún pésima. En gran parte los representantes de estos negocios tienen instrucción primaria, el 60 % instrucción secundaria y el 10 % educación técnica superior, lo que nos muestra que, debido a la baja formación, tienen diversas limitaciones en: comunicación, toma de decisiones, participar en ferias, no tienen una visión de largo plazo y mucho menos aversión al riesgo.

## **A nivel local**

Pilco (2017), nos da a conocer su investigación Evaluación económica de la producción de derivados lácteos en las tres cuencas ganaderas de la región Amazonas (Pomacochas, Leymebamba y Molinopampa) 2016, para ello se planteó como objetivo conocer la rentabilidad de la producción de los derivados lácteos de las tres cuencas ganaderas de la región Amazonas (Molinopampa, Leymebamba, Pomacochas). En la metodología la investigación fue no experimental. Y se concluyó que la actividad productiva de la producción de derivados lácteos es rentable económicamente. Así mismo en las cuencas ganaderas de estudio (Leymebamba, Pomacochas, Molinopampa).

## **2.2. BESES TEÓRICAS**

### **La Cadena de Valor**

Definida como un análisis estructural de las actividades organizacionales a través del cual la entidad subdivide partes constructivas con el objetivo de identificar acciones que generen valor y ventaja competitiva, este se logra organizando e integrando las acciones de la cadena de valor de tal forma que minimice los costos operativos en relación de los competidores. En tal sentido la cadena de valor fundamentalmente está constituida por un conjunto de acciones que aportan valor.

Para el doctor McKinsey la cadena de valor se caracteriza por la capacidad analítica de la organización frente a las acciones institucionales, a través del cual se identifican y distribuyen actividades de tal manera que permita generar valor competitivo a las instituciones y/o empresas

Generalmente la cadena de valor se basa en e aspectos fundamentales:

- Actividades primordiales; estas la constituyen el marketing, desarrollo de servicios, logística y el seguimiento post venta.

- Actividades de soporte; estas actividades funcionan como apoyo y cooperación a las principales, dentro de ello se encuentra la gestión del talento humano, adquisición de bienes y contratación de servicios, además de la implementación tecnológica, mejoramiento de infraestructura, y desarrollo profesional.
- Margen diferencial; tiene que ver con el resultado final al restar el valor total y costos totales, según la inversión en cada una de las actividades generadoras (Porter M. , 1980).

La importancia del análisis de la cadena de valor radica en la identificación de principios básicos que crean ventaja competitiva para la organización, de tal manera que aporten oportunidades de crecimiento y desarrollo a largo plazo, siendo fundamentales innovar durante el desarrollo de las cadenas de valor frente a los competidores.

Porter fue ha generado un concepto mas amplio de lo que es las cadenas de valor enfocándolo como un sistema de valor, para lo cual clasificó en 3 elementos principales:

- Actividades directas; que refiere a las que se enfocan en crear valor para el consumidor, dentro de ellos se encuentran todo el desarrollo de las estrategias de ventas, diseño y marketing, etc
- Actividades indirectas; pone énfasis a las actividades que facilitan el funcionamiento adecuado y continuo de las directas, principalmente están implementación, talento humano (administración, contabilidad, tesorería, etc).
- Acciones que permiten mejorar la calidad del producto y/o servicio, así como en el desarrollo de las actividades implementadas.
- Las actividades indirectas: aquellas que permiten funcionar de manera continua a las actividades directas. Ejemplo: el mantenimiento y la contabilidad.

Además, Porter ha considerado 3 cadenas de valor adicionales como se detalla a continuación:

- a) **Proveedores;** los mismos que contribuyen a la dinamización del suministro de productos esenciales para la empresa u organización, siendo estos los que actúan como abastecedores esenciales de manera indirecta; también influyen en los costos de producción y distribución que se genera en la cadena de valor.
  
- b) **Canales de distribución;** se refiere a los componentes y estrategias de distribución de los productos teniendo como objetivo el consumidor final, considerando y sumando a los precios finales del producto el costo de comercialización sin afectar el nivel de satisfacción de los clientes.
  
- c) **Consumidores;** son los principales actores de la cadena de valor considerado como el principal objetivo de la producción de las empresas, como último eslabón de la cadena de valor la satisfacción de las necesidades de los clientes.

### **Productos Lácteos**

#### **a) Leche líquida**

Este tipo de productos es uno de los más consumidos, por lo que su comercialización se fundamenta en la rentabilidad para las empresas, este tipo de leche se clasifica en varios productos, siendo los principales: leche de larga conservación, pasteurizada, normalizada, entre otros.

#### **b) Leche fermentada**

Este producto es uno de los ingredientes para producir otros lácteos, se logra con el apoyo de microorganismos que permiten llegar a un grado de acidez necesario, dentro de ellos encontramos: yogurt, kurut, lavan, tarag, entre otros

#### **c) Queso**

Este producto se obtiene a través de la condensación del albuminoide, aislando del suero, se produce en diferentes partes del mundo del mismo que depende su calidad y sus características,

dentro de los principales tenemos al queso fresco, chanco, churpi, etc.

**d) Mantequilla y Ghee**

Estos productos son elaborados en base a los grasos de la leche, batiendo leche agria en el caso de la mantequilla, en el caso de la ghee es producido a partir de la eliminación de los índices de agua en la mantequilla, por lo que tiene un periodo largo de duración.

**e) Leche condensada**

Este producto se consigue una vez eliminado los índices de agua de la leche entera, siendo muy importante el sistema termino y la concentración, una vez obtenida esta puede ser azucarada o no

**f) Leche evaporada**

Este producto es obtenido una vez se logre la eliminar parte del agua de la leche entera, su producción tiene especial cuidado con el sistema de tratamiento térmico e inocuidad bacteriológica de la leche

**g) Leche en polvo**

Este producto es obtenido una vez logrado deshidratar la leche de tal manera que resulte en polvo o en granulación.

**h) Nata**

Producto que se consigue descremando o centrifugando la leche, dentro de las más conocidas se encuentran: recombinada, preparada, envasada a presión, fermentada, batida, entre otros.

**i) Suero**

Este se considera a la parte sobrante cuando se produce el queso, una vez separada la leche cuajada. Su utilización industrial básicamente es la elaboración de queso, y algunas bebidas fermentadas

**j) Caseína**

Este sirve como ingrediente para la elaboración de nuevos productos ya que la más importante proteína de la leche. Se consigue a partir de la precipitación de la leche desnatada y con el apoyo de bacterias inocuas quienes producen ácido láctico.

(Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2013).

### **Comercializar leche**

Comercializar leche hace referencia a las acciones de comercialización con fines económicos, en el que interviene la cadena logística con el objetivo de trasladar los productos lácticos desde la planta de producción hasta el cliente o consumidor final.

### **Industria láctea**

Definida como la implementación de un inmueble con máquinas industriales y otras herramientas e insumos necesarios para la elaboración de productos lácteos, así como para el acopio adecuado hasta la distribución de los mismos.

### **Proceso lácteo**

El proceso lácteo se enmarca en el acopio y refrigeración de leche fresca hasta la utilización para el proceso de elaboración del producto. Este proceso empieza con la medición de las cantidades de la leche que serán utilizados en el proceso, para posteriormente separar las impurezas, hasta llegar a la crema y leche mediante la centrifugación antes de pasteurizar, descremar separar el suero y purificar el aceite de mantequilla (Chavez, 2006)

### **Exportaciones**

Se define a las exportaciones como aquellas acciones y/o actividades que tienen relación con la venta, intercambio u obsequio de bienes o servicios a una determinada población, teniendo como principales actores al vendedor que tiene que ver con el morador y al exportador como el importador no residente. Para calcular las exportaciones, se contabilizan a partir de la producción de bienes en el país de origen y la venta de dichos bienes teniendo en cuenta el proceso productivo (INEGI, 2011).

## **Importancia de las exportaciones**

Las exportaciones surgen en primer lugar por la necesidad que tiene un país productor de distribuir sus bienes en busca de la rentabilidad de los productos elaborados. Su importancia se basa en la dinamización de la economía de aquellos productores e importadores mediante la comercialización de los productos, además es importante resaltar que las exportaciones son parte importante del producto bruto interno, crece las exportaciones, crece el PBI. Además, las exportaciones contribuyen a crecimiento productivo de otros países ya sea mediante la comercialización y/o utilización para la producción de otros bienes. Finalmente, las exportaciones contribuyen al crecimiento laboral de las empresas y con ello países mediante la atracción de capital humano necesario para su traslado o transformación (Galindo & Rios, 2015).

### **2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

#### **Cadena de valor**

Cuando hablamos de cadena de vaor hacemos referencia a uno de sus defensores de la teoría de la ventaja competitiva por Michael Porter, que la define como un análisis secuencial de las acciones empresariales a través del cual se subdividen en partes constructivas, y que busca encontrar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades creadoras de valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa despliega e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa o mejor diferenciada que sus rivales. Por consiguiente, la cadena de valor de una empresa está conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que éstas aportan (Arimany, 2010).

#### **Desarrollo**

El desarrollo es un concepto histórico que ha ido evolucionando, por lo que no tiene una definición única. Aun así, se puede decir que

desarrollar es el proceso por el cual una comunidad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente (Pérez, 2015).

### **Mypes**

Según la ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa la MYPE son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Olivares, 2015).

### **Derivados lácteos**

El concepto de lácteos se usa en nuestro idioma para designar a aquellos productos hechos a partir de la leche o que derivan de la misma, como ser queso, yogurt, manteca, crema de leche, por citar los más consumidos. Por caso, es la leche, la secreción nutritiva que procede de las glándulas mamarias de la vaca, el principal elemento que se usa para la fabricación de productos lácteos (Ucha, 2013).

### **Exportación**

Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero (Sunat, 2016).



## CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

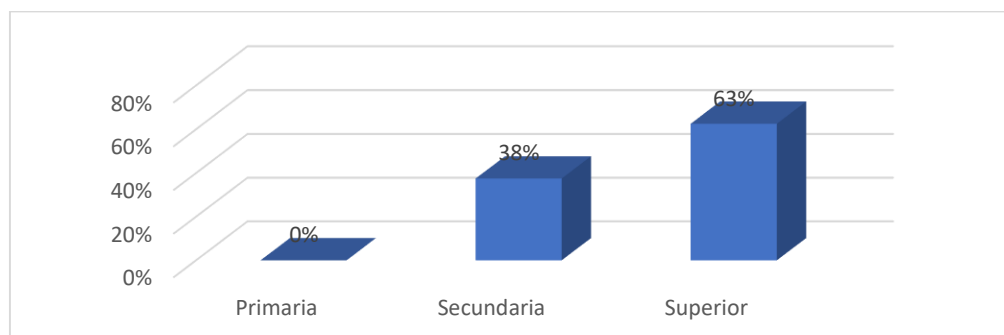
### 3.1. ANÁLISIS DE TABLAS Y GRÁFICOS

#### 3.1.1. Diagnóstico situacional para medir el nivel de producción de la cadena de valor de las Mypes de derivados lácteos de Florida – Pomacochas.

##### Aspectos Generales de las Mypes

**Figura 1.**

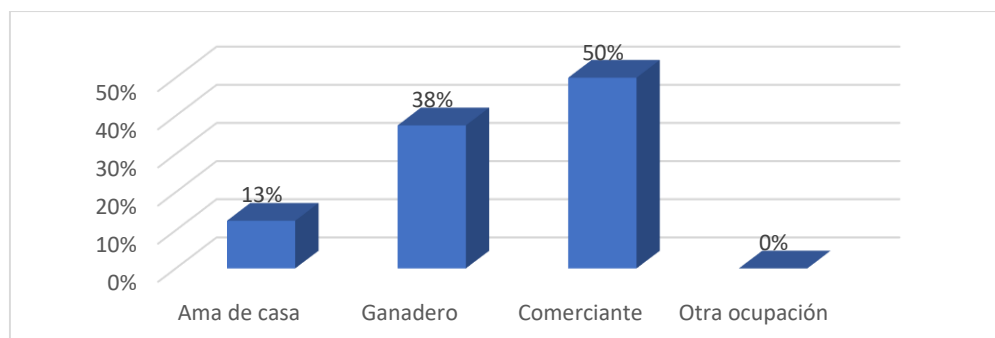
*Grado de Instrucción*



**Interpretación:** Según el grado de instrucción de los empresarios el 63% en mayor medida cuentan con educación superior y solo el 38% secundaria completa.

**Figura 2.**

*Ocupación principal*

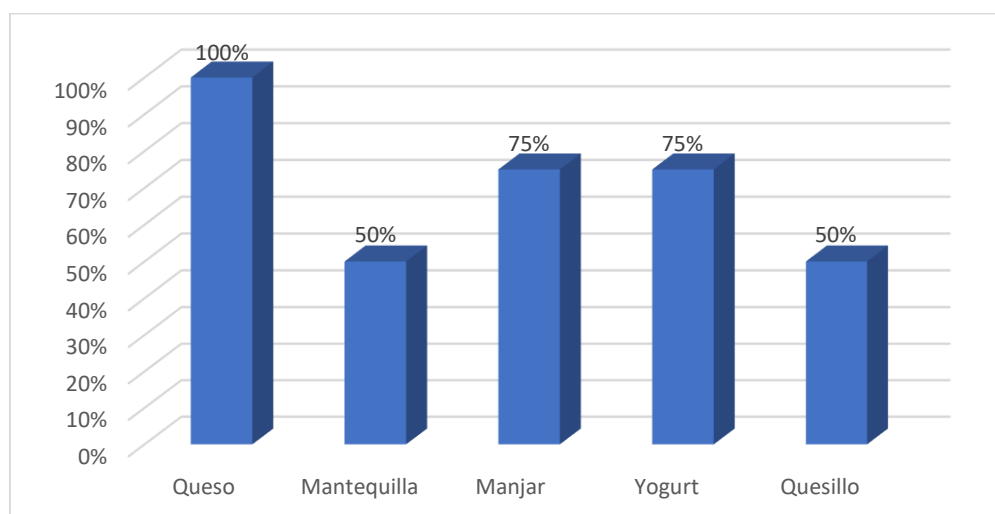


**Interpretación:** Según la ocupación principal de los empresarios en gran medida son comerciantes con un 50%, así mismo el 38% son ganaderos y solo un 13% amas de casa.

## Características de las Mypes

**Figura 3.**

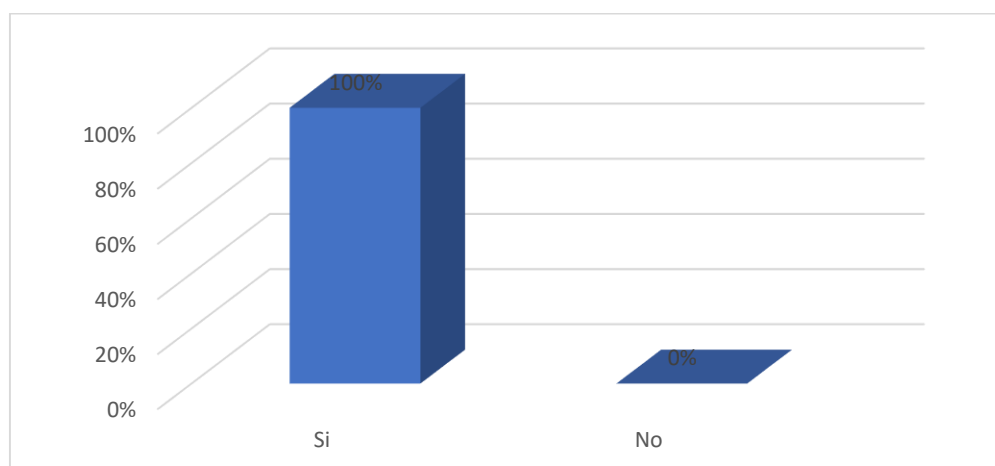
*Tipo de producto que comercializa*



**Interpretación:** Teniendo en cuenta el tipo de producto que comúnmente comercializan las Mypes de la localidad de Pomacochas en su totalidad venden queso con el 100%, además el 75% comercializan manjar y yogurt.

**Figura 4.**

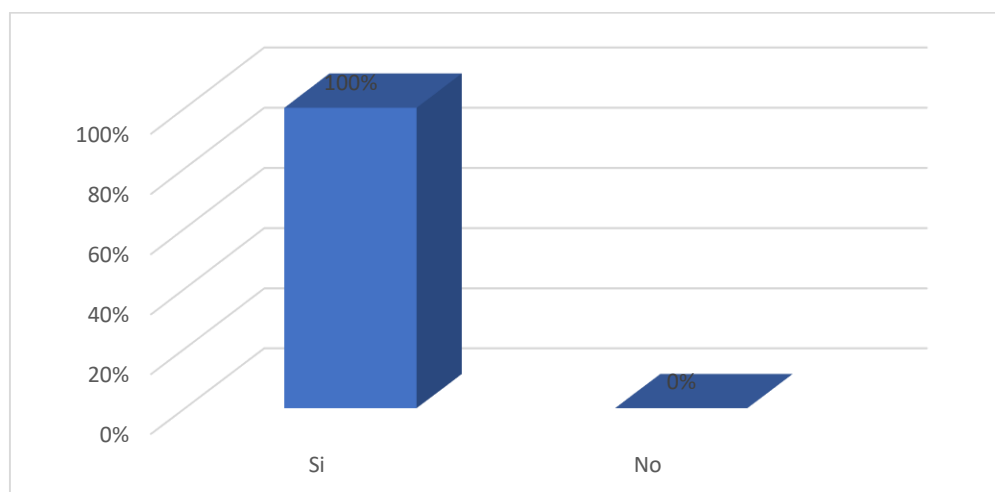
*Las Mypes que cuentan con un almacén adecuado para el acopio de sus productos*



**Interpretación:** Respecto a las Mypes que cuentan con un almacén adecuado para el acopio de sus productos el 100% si cuentan, ya que se enfocan en la conservación del producto como uno de sus principales estrategias de competitividad.

**Figura 5.**

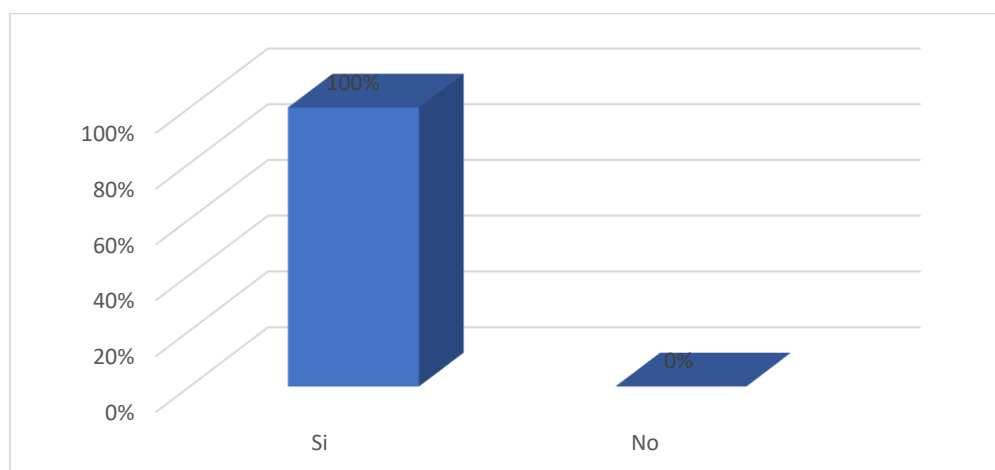
*La infraestructura con la que cuenta es la adecuada para la distribución de los productos*



**Interpretación:** Concerniente a la infraestructura con la que cuenta es adecuada para la distribución de los productos, el 100% respondió que si enfocado en el proceso de elaboración en algunos casos, en el proceso de almacenamiento para la distribución eficiente del producto.

**Figura 6.**

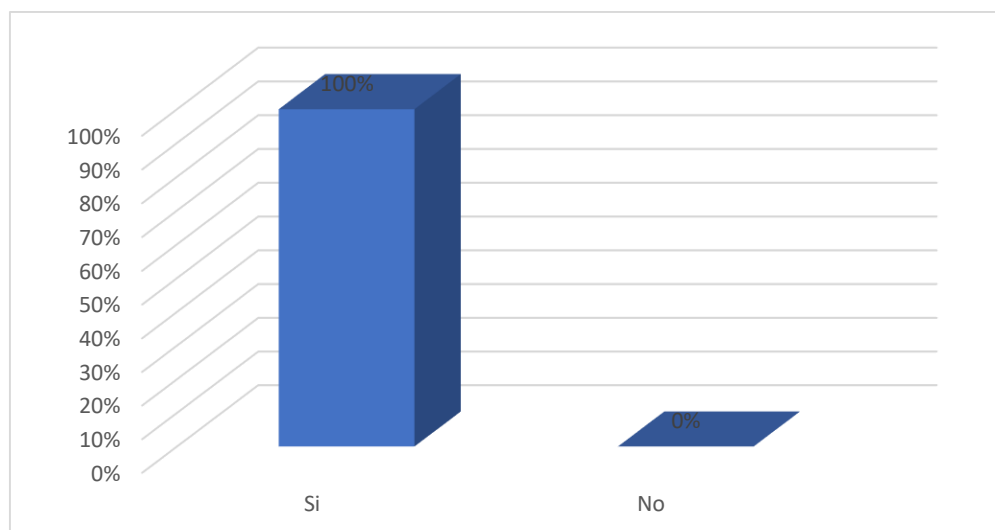
*Cuenta con el recurso humano adecuado y capacitado*



**Interpretación:** Respecto al talento humano si es el adecuado el 100% de los encuestados respondieron que definitivamente si, puesto que es un aspecto muy importante para mantener la calidad de la comercialización del producto y calidad del producto. Siempre están capacitando a su personal como gerente de la empresa y en otras oportunidades envían a su personal para que se puedan capacitar.

**Figura 7.**

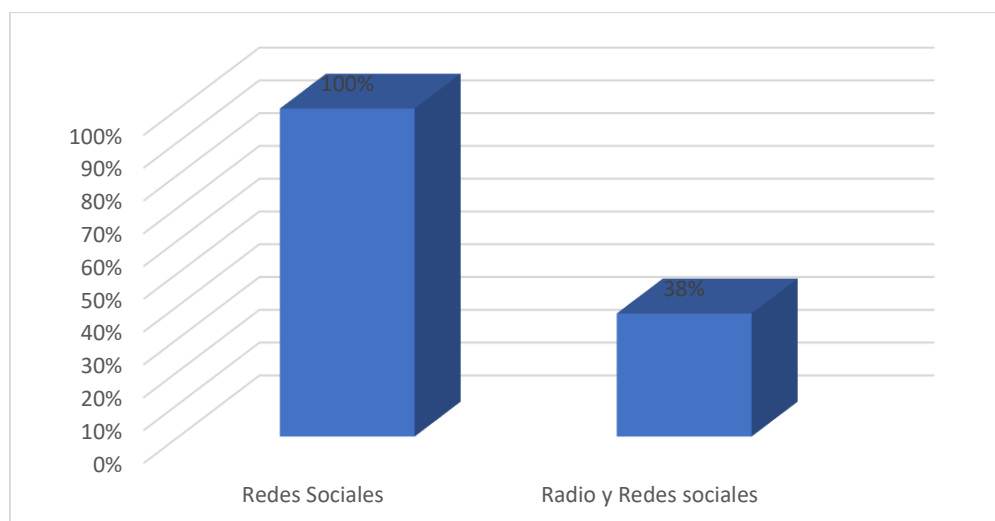
*Utiliza estrategias de promoción para captar clientes*



**Interpretación:** Si estrategias de promoción para captar clientes, el 100% respondieron que sí; toda vez que es preponderante para la rentabilidad de la Empresa.

**Figura 8.**

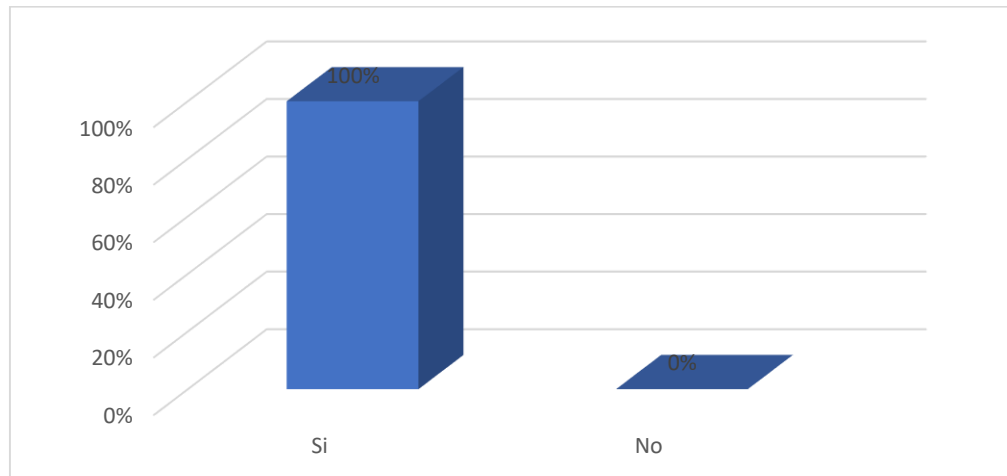
*Que estrategias utiliza para captar clientes*



**Interpretación:** Teniendo en cuenta las estrategias que utilizan para captar clientes, el 100% utilizan las redes sociales principalmente Facebook e Instagram para acceder a los clientes y futuros clientes de las empresas a nivel regional y nacional, así mismo un 38% de las empresas utilizan redes sociales y radio sobre todo para captar clientes locales en el caso de las radios.

**Figura 9.**

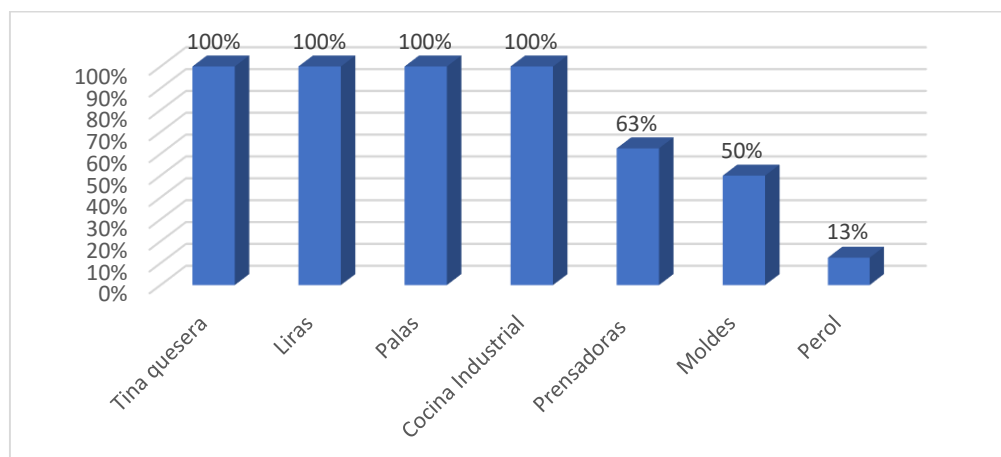
*Cuenta con los equipos adecuados para la distribución de los productos*



**Interpretación:** Relativo a si la empresa cuenta con los equipos adecuados para la distribución de los productos el 100% consideraron que definitivamente si siendo los principales los que se detalla en la figura 10.

**Figura 10.**

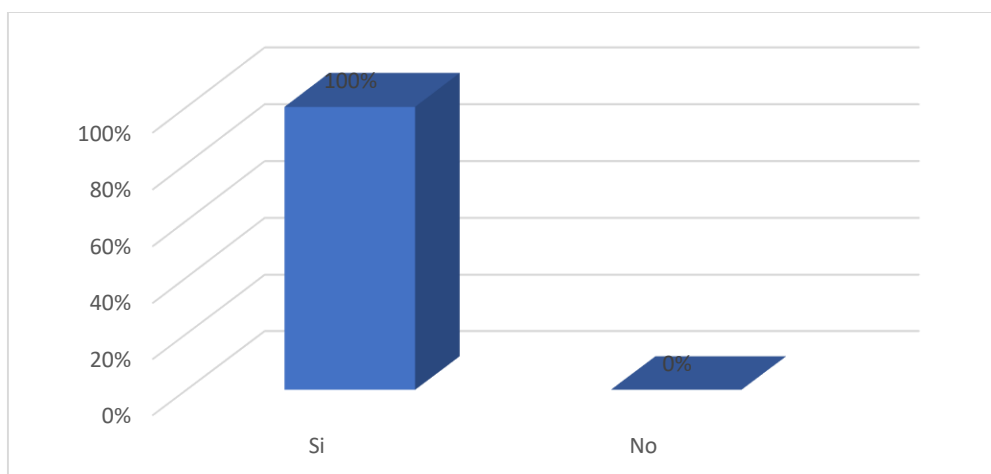
*Cuáles son los equipos con los que cuenta para la elaboración y distribución de los productos*



**Interpretación:** Los equipos con los que cuentan las empresas para la elaboración y distribución de los productos son generalmente 7, siendo las herramientas con los que disponen todas las empresas con un 100% Tina quesera, lira, palas y cocina industrial; así mismo el 63% de las empresas cuentan con prensadoras, el 50% con moldes y en mínimo porcentaje el 13% dispone de perol.

**Figura 11.**

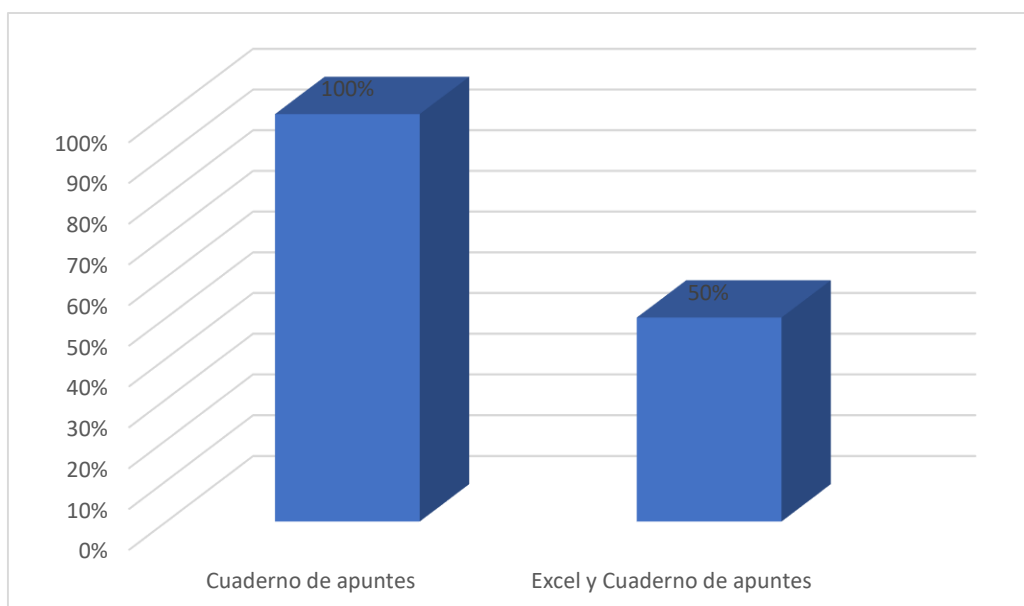
*Manejan un sistema adecuado para el registro de pedidos y/o requerimientos*



**Interpretación:** Referente al manejo del registro de pedidos y/o requerimientos mediante un sistema adecuado, el 100% manifestaron que si cuenta principalmente cuaderno de apuntes y Excel que ellos consideran los adecuados.

**Figura 12.**

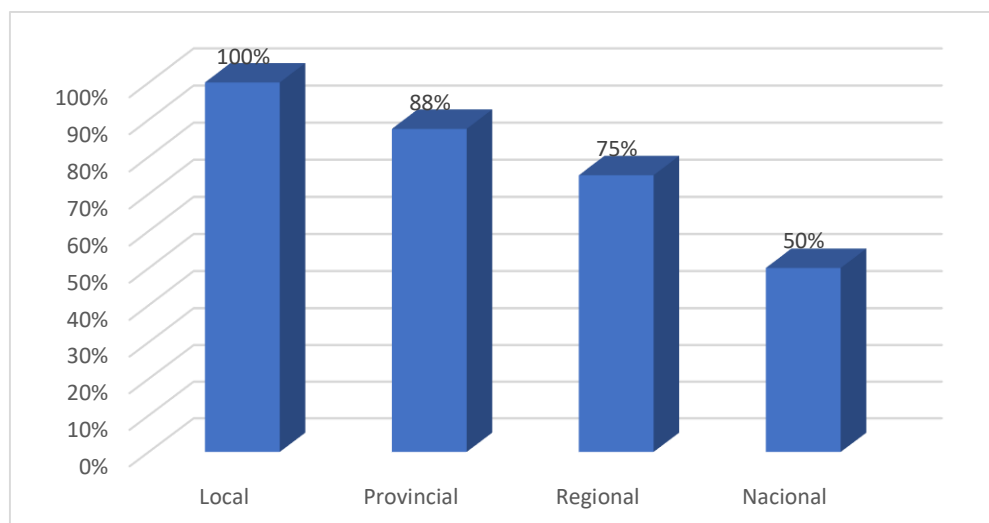
*Qué sistema Maneja para el registro de pedidos y/o requerimientos*



**Interpretación:** Los sistemas que manejan los empresarios son dos: Cuaderno de apuntes que lo utilizan todos en un 100% y el 50% los utiliza ambos tanto el cuaderno de apuntes como el Excel.

**Figura 13.**

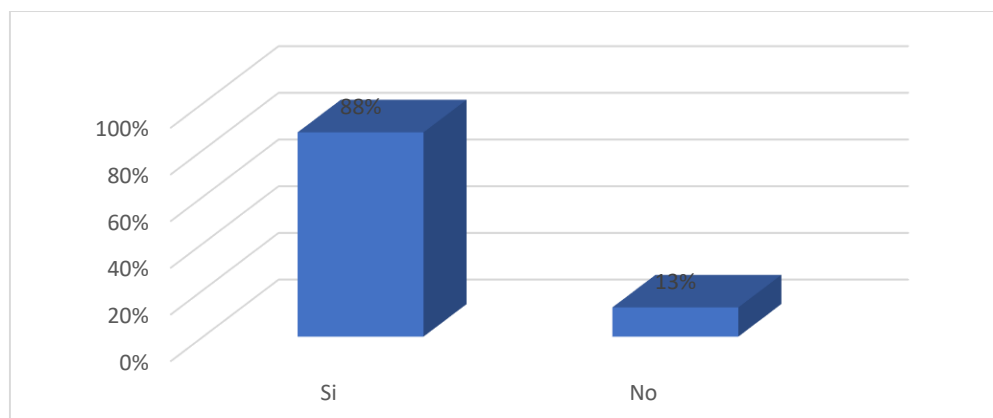
*Cuál es el nicho de mercado al que se dirige*



**Interpretación:** Referente al nicho de mercado al que enfocan su producto el 100% comercializa de manera local, el 88% a nivel provincial, el 75% a nivel regional distribuyendo en las principales ciudades de la región principalmente en Pedro Ruiz Gallo; y solo un 50% lo hace a nivel nacional trabajando con pedidos y envíos a las ciudades de Chiclayo, Jaén, Trujillo y Lima principalmente.

**Figura 14.**

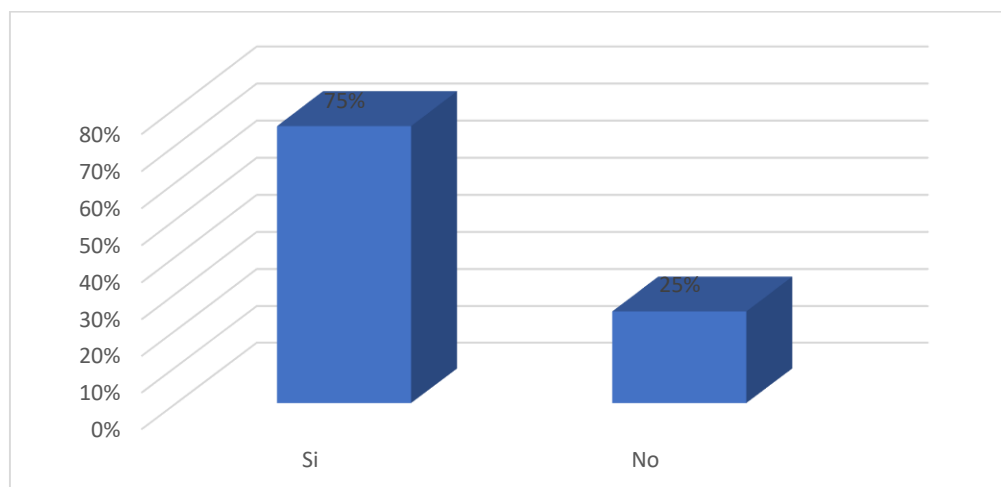
*Cuenta con certificación de sanidad*



Concerniente al certificado de sanidad solo cuenta el 88% de las empresas y un 12% no cuenta con el mismo, hecho que preocupa teniendo en cuenta el ambiente social que se está viviendo en los últimos años.

**Figura 15.**

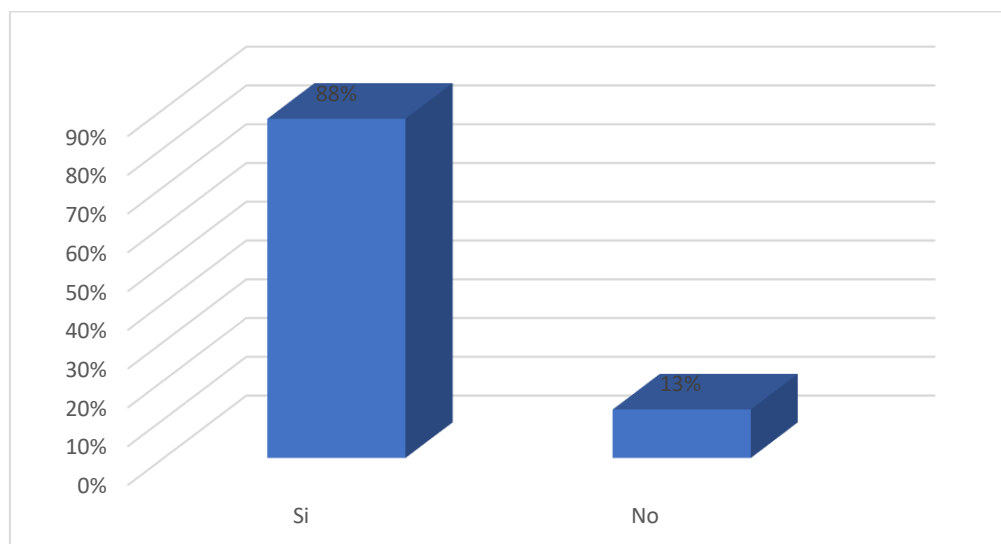
*Participa en eventos de promoción y comercialización de productos.*



**Interpretación:** Un 75% de los empresarios participa en eventos de promoción y comercialización de productos, y un 25% no lo hace debido al poco interés que genera según testimonios.

**Figura 16.**

*Conoce de las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa.*

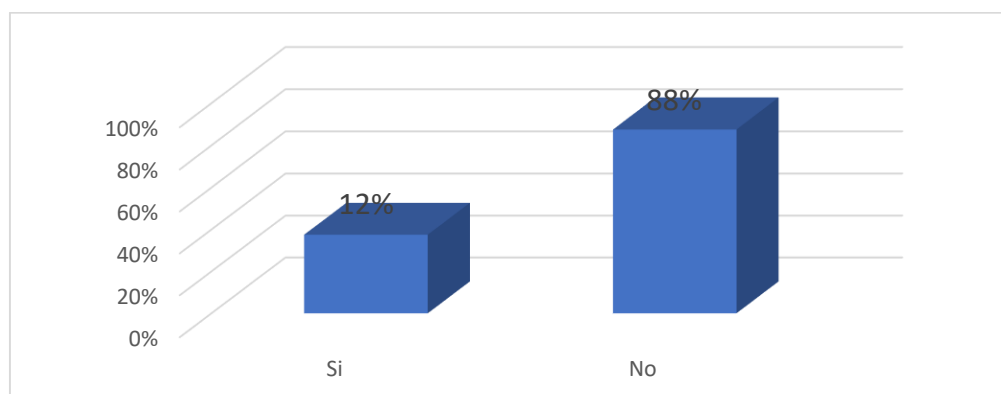


**Interpretación:** Solo el 88% de los encuestados conoce las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa, y un 12% desconoce lo que dificulta su expansión y calidad de producción y/o comercialización.



**Figura 17.**

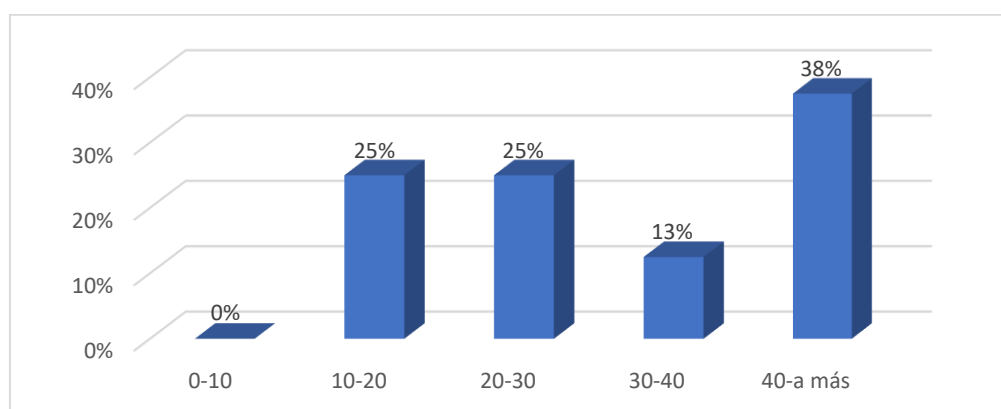
*Ha tenido o tiene asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos*



**Interpretación:** El 88% de los empresarios manifestaron que no han tenido asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos, y los que si los han tenido 12% recibieron de parte de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza; así mismo los gerentes y/o propietarios de las empresas brindan capacitación permanente a su personal.

**Figura 18.**

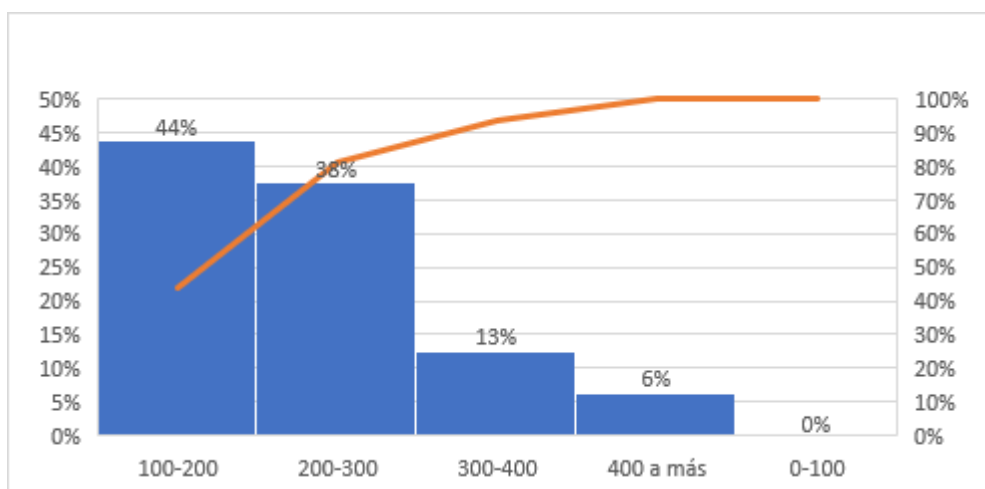
*Con cuántos proveedores por producto trabaja*



**Interpretación:** Referente al número de proveedores con los que trabajan al mes el 38% refirió que son más de 40 en mayor medida, un 25% respondió que trabaja con 10 a 20 proveedores, así como de 20 a 30 respectivamente; en menor medida el 13% trabaja con una cantidad de proveedores que comprende entre 30 a 40.

**Figura 19.**

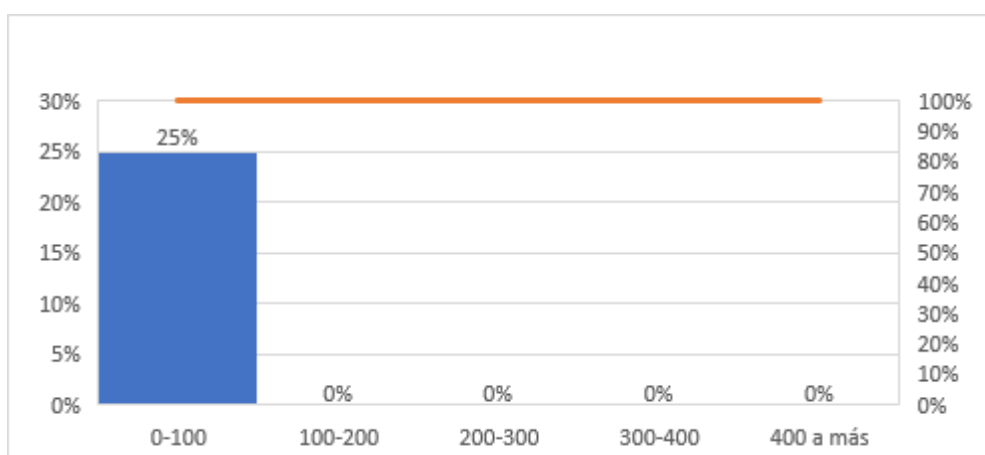
*Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Queso)*



**Interpretación:** El 44% de los empresarios manifestaron que el costo promedio semanal para la producción de queso (queso mantecoso, queso suizo, queso probolón y queso andino) comprende entre 100 a 200 soles, el 38% contestó que gastan entre 200 a 300 soles, en menor porcentaje gastan entre 300 a 400 soles, así como de 400 a más siendo el 13% y 6% correspondientemente.

**Figura 20.**

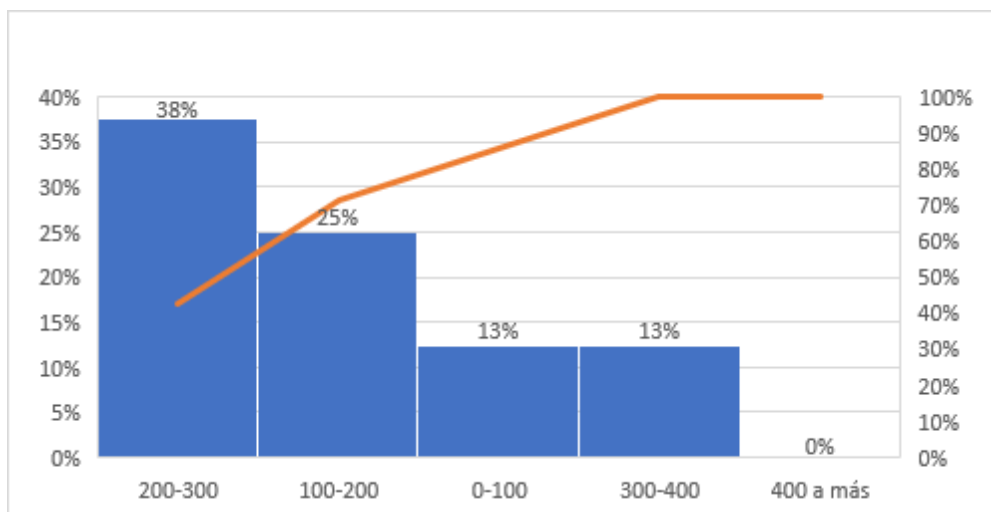
*Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Mantequilla)*



**Interpretación:** Del 25% de los empresarios que producen mantequilla, manifestaron que el costo promedio semanal para la producción de este producto es hasta 100 soles.

**Figura 21.**

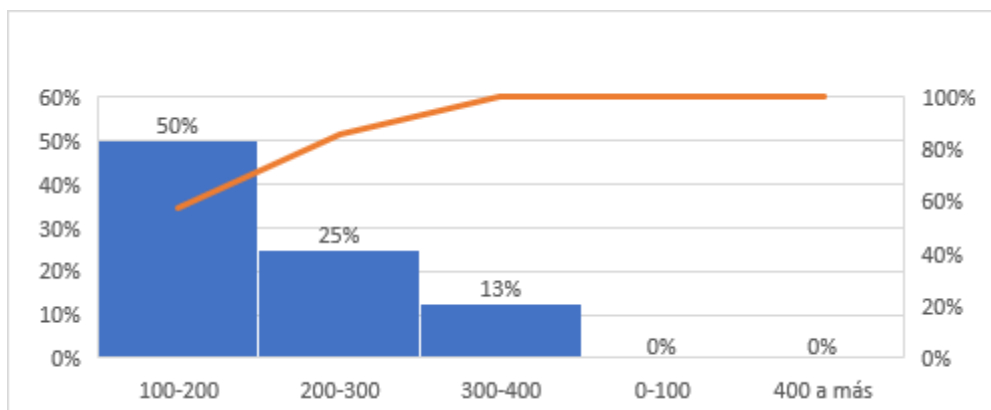
*Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Manjar)*



**Interpretación:** Del 88% de los empresarios que producen manjar manifestaron que el costo promedio semanal para la producción de este tipo de producto comprende entre 200 a 300 soles con un 38%, el 25% respondió que gasta entre 100 a 200 soles, y el 13% gasta entre 300 a 400 soles y hasta 100% simultáneamente.

**Figura 22.**

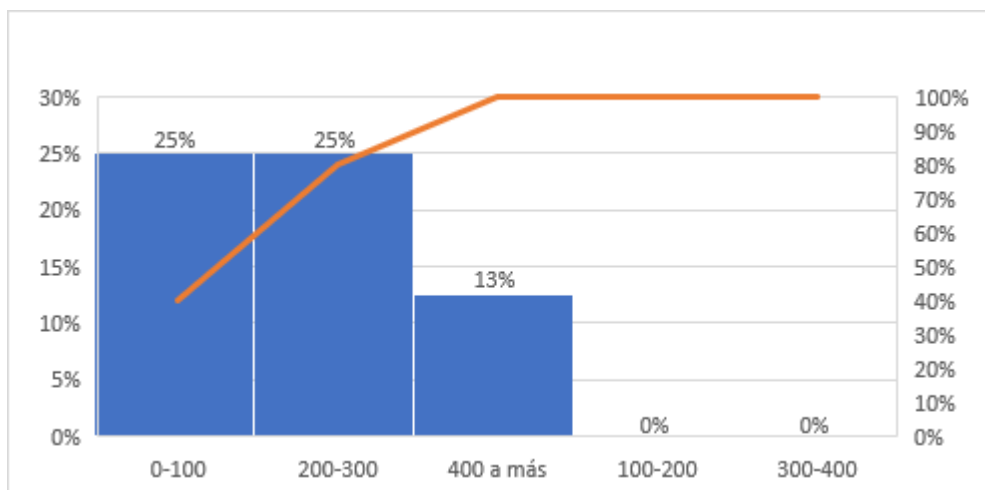
*Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Yogurt)*



**Interpretación:** Del 88% de los empresarios que producen yogurt manifestaron que el costo promedio semanal para la producción de este tipo de producto comprende entre 100 y 200 soles en mayor medida con el 50%, el 25% respondió que gasta entre 200 a 300 soles y solo un 13% gasta entre 300 a 400 soles.

**Figura 23.**

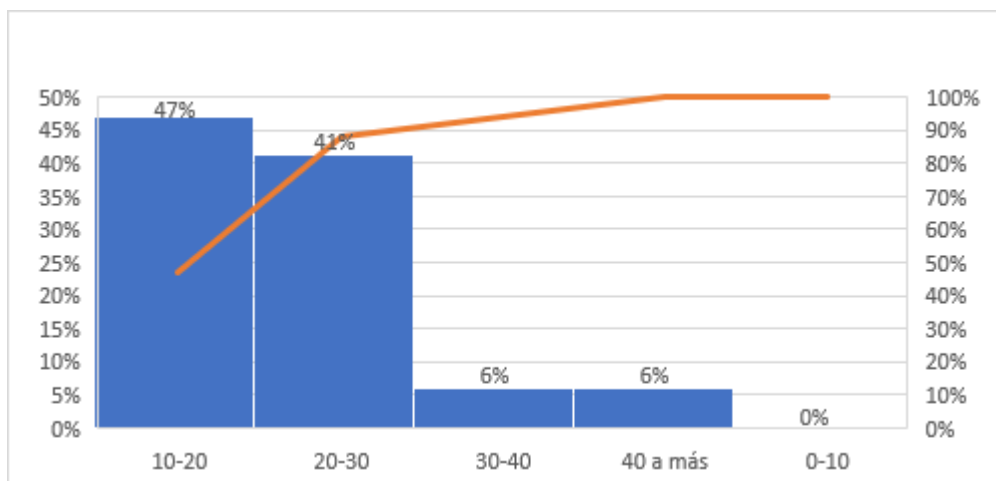
*Cuál es el costo promedio semanal para la producción por tipo de producto (Quesillo)*



**Interpretación:** Del 63% de los empresarios que producen quesillo, el 25% respondió que para la producción de este producto gastan hasta 100 soles y entre 200 a 300 soles respectivamente, y en menor un 13% afirmó gastar de 400 soles a más.

**Figura 24.**

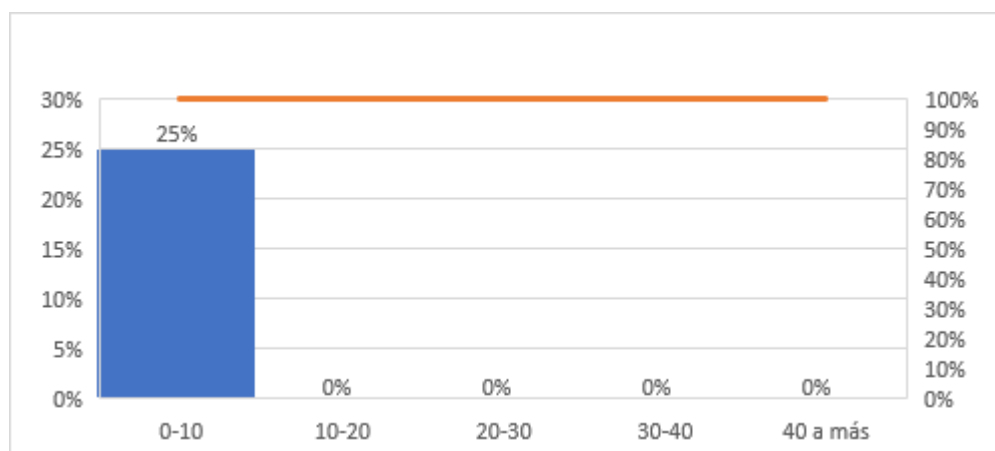
*Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Queso)*



**Interpretación:** Respecto a la cantidad de queso promedio semanal en Kilogramos que comercializan el 47% contestó que comercializa entre 10 a 20 kilogramos, el 41% refirió hacerlo de 20 a 30 kilogramos, y un 6% de manera equitativa entre 30 a 40 y 40 a más kilogramos.

**Figura 25.**

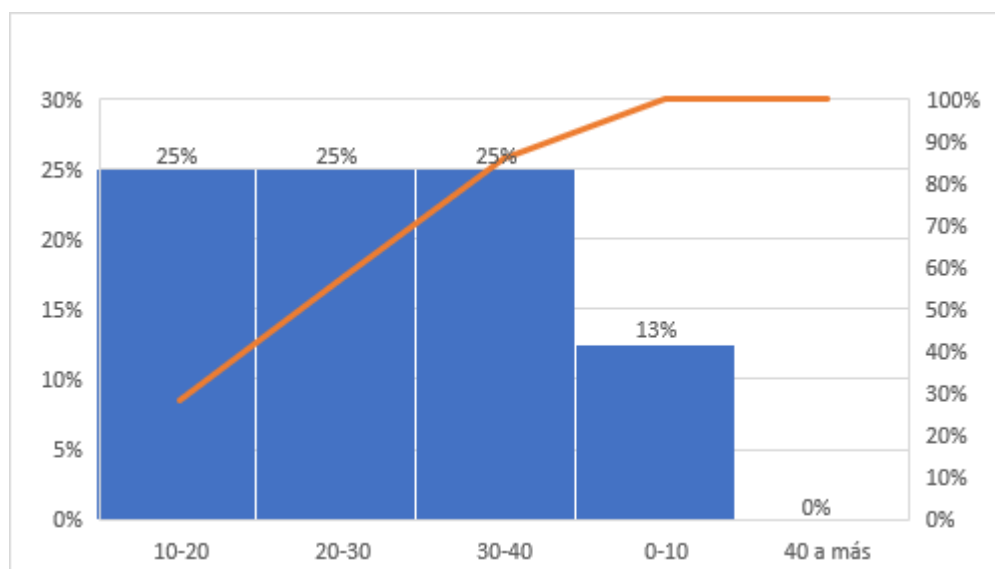
*Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Mantequilla)*



**Interpretación:** Respecto a la cantidad de mantequilla promedio semanal en Kilogramos que comercializan del 25% de empresarios que comercializan este producto lo hace hasta 10kilogramos.

**Figura 26.**

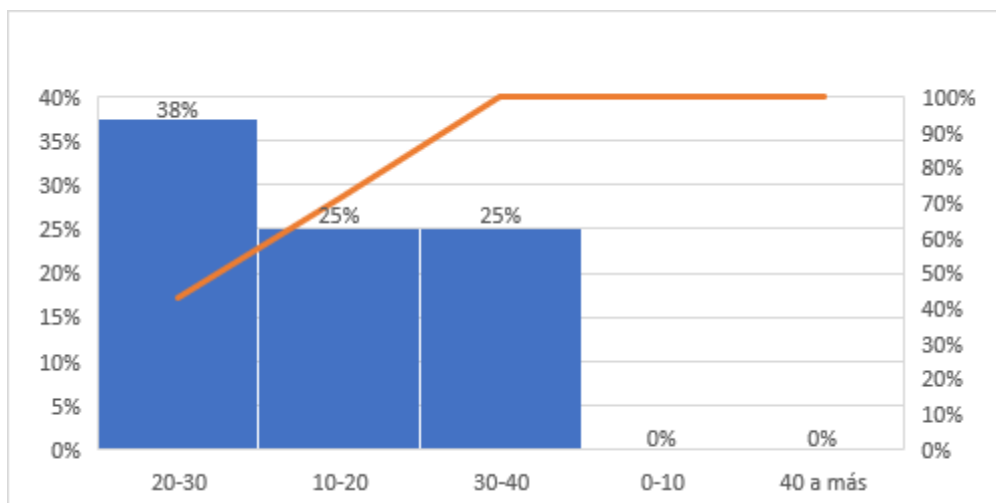
*Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Manjar)*



**Interpretación:** Respecto a la cantidad de manjar promedio semanal en Kilogramos que comercializan del 88% un 25% comercializa entre 10 a 20 kilogramos, 20 a 30 kilogramos y 30 a 40 kilogramos respectivamente y en menor porcentaje un 15% comercializa hasta 10 kilogramos.

**Figura 27.**

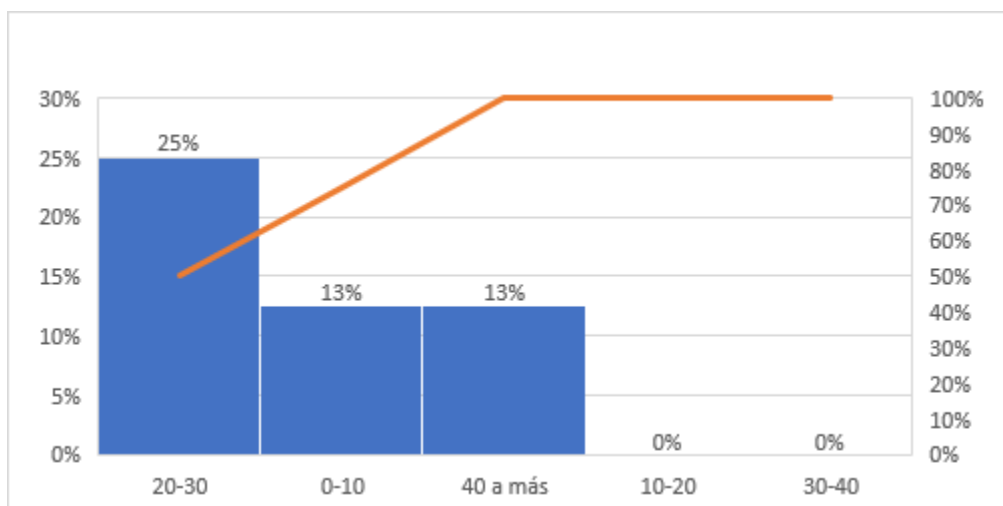
*Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Yogurt)*



**Interpretación:** Respecto a la cantidad de manjar promedio semanal en Kilogramos que comercializan del 88% de empresarios el 38% lo hace entre 20 a 30 kilogramos, el 25% comercializa entre 10 a 20 kilogramos y 30 a 40 kilogramos equitativamente.

**Figura 28.**

*Cantidad promedio en Kilogramos que comercializa por tipo de producto semanal (Quesillo)*



**Interpretación:** Del 51% de empresarios que comercializan queso el 25% lo hace entre 20 a kilogramos semanal, y un 13% lo hace hasta 10 kilogramos, así como con un 13% de 40 kilogramos a más.

### 3.1.2. Identificación de las estrategias de comercialización que utilizan las Mypes de derivados lácteos en Florida – Pomacochas.

- ✓ **Estrategias competitivas.** Teniendo en cuenta que la competitividad es la capacidad que tiene una unidad productiva para conquistar, mantener e incrementar lucrativamente una porción del mercado. Así mismo considerando que una ventaja competitiva es cualquier característica que tenga el producto o el grupo de productores que los protege de la competencia directa dentro del sector.

Las Mypes de la localidad de Pomacochas generalmente utilizan las siguientes estrategias:

- **Publicidad.** Teniendo en cuenta el reconocimiento y posicionamiento de la marca mediante la difusión de la misma, las empresas participan en eventos organizados por algunas organizaciones, así mismo reparten volantes, tarjetas y calendarios. Para la difusión local utilizan a las radios para los spots publicitarios, las redes sociales como una herramienta muy importante para la promoción de sus productos a nivel regional y nacional.
- **Merchandising.** Esta estrategia permite a las empresas mostrar sus diversos productos en zonas concurridas de la localidad de Pomacochas, los mismos que son expuestos en pequeñas vitrinas de los locales propios de las empresas y de algunas tiendas que funcionan como aliados estratégicos de los empresarios.
- **Marketing de guerrilla.** Las empresas utilizan estas estrategias generalmente en el mercado local y regional, enfocando sus mercados en lugares que no existen grandes competidores, lo que les permite fortalecer su marca y con ello expandir la empresa. Este tipo de mecanismo permite a las empresas expandir su reconocimiento mediante el

inboumarketing o feed back que tienen como actores principales a los clientes fijos y potenciales (boca a boca).

✓ **Estrategias de crecimiento.** EL objetivo principal de las empresas de la localidad de Pomacochas se centra en la rentabilidad de la misma, lo que permite aumentar la probabilidad de crecimiento en ventas, en calidad, cantidad y con ello la capacitación del talento humano; las estrategias que utilizan las empresas sobre todo son las siguientes:

- Penetración de mercado, mediante estas estrategias los empresarios buscan siempre ampliar su mercado en el que ya tienen definido y en que operan actualmente a través del aumento de acciones de comercialización: realizar alianzas estratégicas cada vez más de clientes, aumentar la cantidad de productos en kilogramos para comercializar, realizar descuentos según la cantidad de venta de los productos, persiguen siempre atraer nuevos clientes de la competencia utilizando estrategias de beneficio del cliente, pagan publicidad en medios locales y por las redes sociales difunden información gratuita.
- Desarrollo de mercado, mediante esta estrategia los empresarios buscan expandir su marca llevando sus productos a otros destinos principalmente en la participación en eventos realizados por organizaciones, también cada vez más comercializan nuevos productos utilizando algunos canales de distribución.



### 3.1.3. Identificación de la relación que existe entre las Mypes de derivados lácteos con el desarrollo exportador en Florida – Pomacochas.

Para identificar la relación respecto a producción de las Mypes y el desarrollo exportador en primer lugar se ha considerado las respuestas según escala de Likert obtenidas de la población de la Localidad de Florida Pomacochas que son el consumidor directo de las empresas. En segundo lugar, se tuvo en cuenta el coeficiente de correlación de Pearson; prueba estadística que permitió probar la correlación o relación de las variables de estudio considerando un 5% de margen de error y un nivel de confianza del 95%.

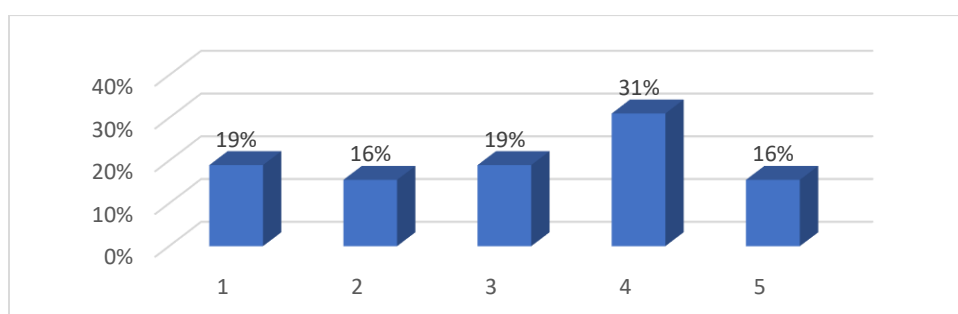
#### Escala de Likert

| Escala                       | Valor    |
|------------------------------|----------|
| Totalmente en desacuerdo     | 1        |
| En desacuerdo                | 2        |
| Indeciso                     | 3        |
| De acuerdo                   | 4        |
| <b>Totalmente de acuerdo</b> | <b>5</b> |

#### 3.1.3.1. Respuestas obtenidas de la población involucrada referente a la cadena de valor

##### Figura 29.

*¿Cree que las Mypes cuentan con un almacén adecuado para el acopio de los productos?*

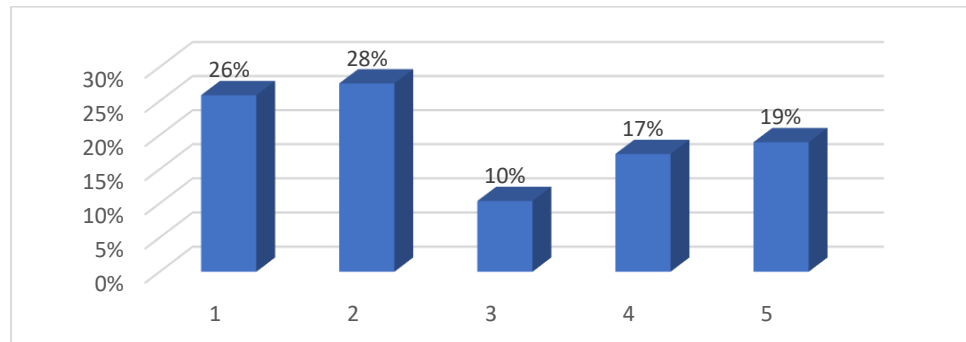


**Interpretación:** El 31% de los encuestados manifestó que está de acuerdo referente a que cree que las Mypes cuentan con un almacén adecuado para el acopio de los productos, seguido con el 19% que refirieron estar totalmente en desacuerdo e indeciso

respectivamente, y un 16% respondieron estar en desacuerdo y totalmente de acuerdo en la misma cantidad.

**Figura 30.**

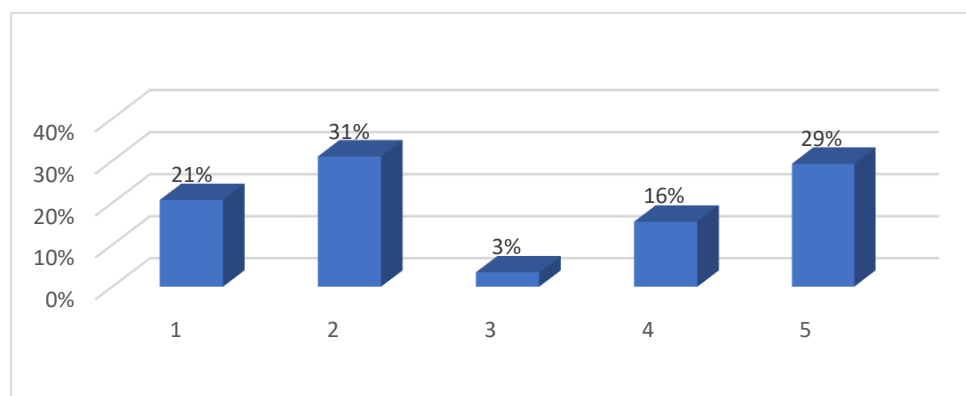
*¿Considera que la infraestructura con la que cuenta las Mypes es la adecuada para la distribución de los productos?*



**Interpretación:** En mayor medida el 28% consideró estar en desacuerdo respecto que la infraestructura con la que cuenta las Mypes es la adecuada para la distribución de los productos, el 26% dijo estar totalmente en desacuerdo, el 19% totalmente de acuerdo, el 17% estuvo de acuerdo y solo el 10% tuvo una indecisa afirmación.

**Figura 31.**

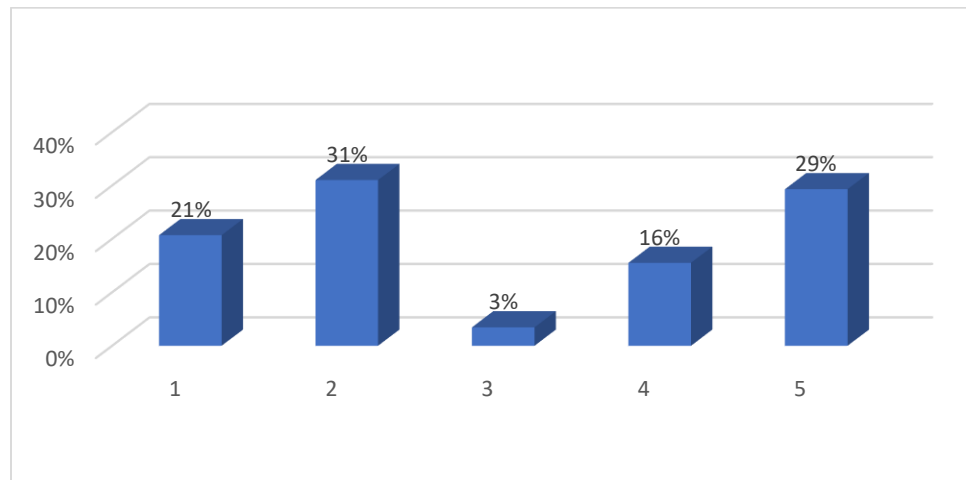
*¿Cree que las Mypes cuentan con el recurso humano adecuado y capacitado?*



**Interpretación:** El 31% manifestó estar en desacuerdo con que las Mypes cuentan con el recurso humano adecuado y capacitado, el 29% dijo estar totalmente de acuerdo, el 21% totalmente en desacuerdo, el 16% estuvo de acuerdo y solo el 3% tuvo una indecisa afirmación.

**Figura 32.**

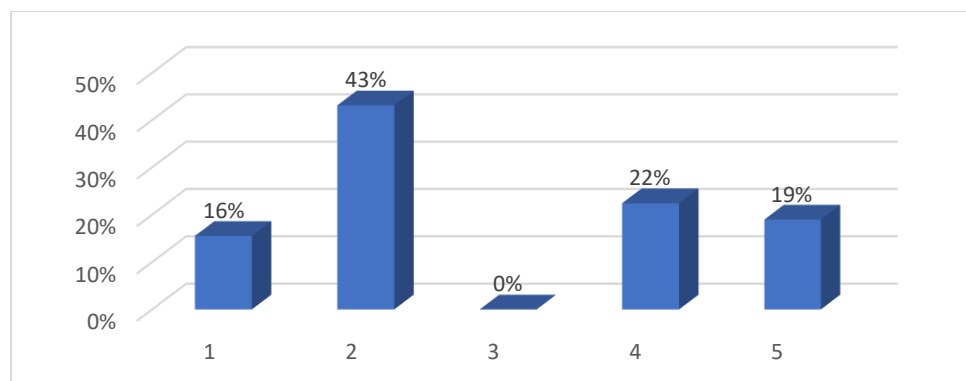
*¿Cree que las estrategias de promoción que utilizan las Mypes son eficientes para captar clientes?*



**Interpretación:** En mayor medida el 31% consideró estar en desacuerdo que las estrategias de promoción que utilizan las Mypes son eficientes para captar clientes, el 29% dijo estar totalmente de acuerdo, el 21% totalmente en desacuerdo, el 16% estuvo de acuerdo y solo el 3% tuvo una indecisa afirmación.

**Figura 33.**

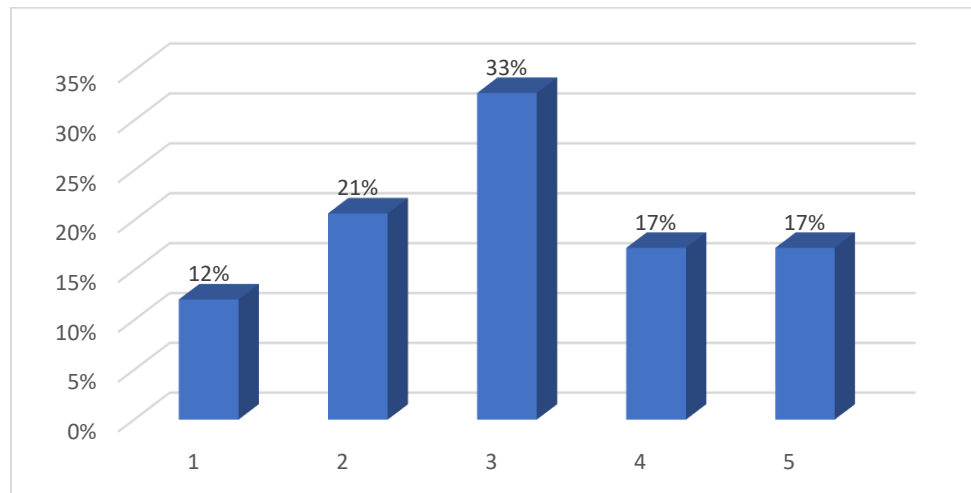
*¿Cree que las Mypes cuentan con los equipos adecuados para la distribución de los productos?*



**Interpretación:** El 43% estuvo en desacuerdo referente a que las Mypes cuentan con los equipos adecuados para la distribución de los productos, el 22% estuvo de acuerdo, el 19% totalmente de acuerdo y el 16% totalmente en desacuerdo.

**Figura 34.**

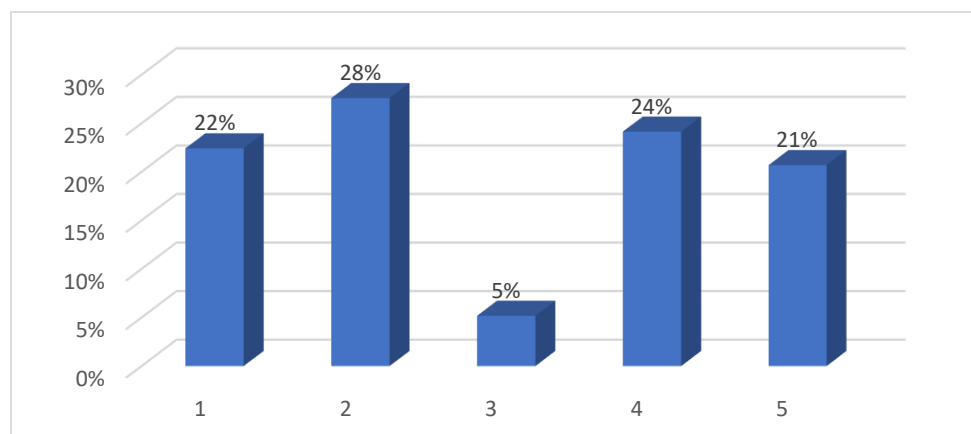
*¿Cree que los compradores manejan un sistema adecuado para el registro de pedidos y/o requerimientos?*



**Interpretación:** El 33% tuvo una indecisa afirmación referente a que cree que los compradores manejan un sistema adecuado para el registro de pedidos y/o requerimientos, un 21% estuvo en desacuerdo, el 17% estuvo totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente, y en menor porcentaje el 12% estuvo totalmente en desacuerdo.

**Figura 35.**

*Cree que los proveedores cuentan con materia prima en stock*

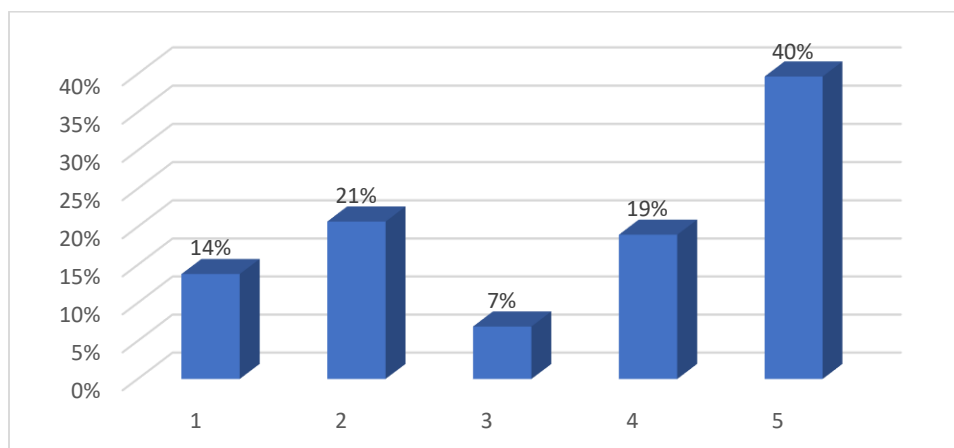


**Interpretación:** El 28% estuvo en desacuerdo concerniente a que los proveedores cuentan con materia prima en stock, el 24% estuvo de acuerdo, 22% totalmente en desacuerdo, 21% totalmente de acuerdo y el 5% tuvo indecisa afirmación.

### 3.1.3.2. Respuestas obtenidas de la población involucrada referente al desarrollo exportador

**Figura 36.**

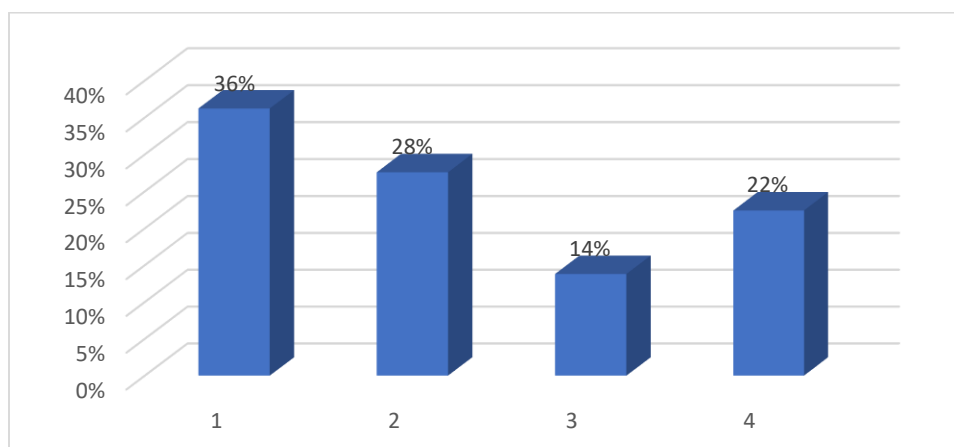
*¿Creen que las Mypes tienen definido el nicho de mercado (Nacional e Internacional) al que se dirigen?*



**Interpretación:** El 40% creen que las Mypes tienen definido el nicho de mercado (Nacional e Internacional) al que se dirigen por lo que estuvieron totalmente de acuerdo, el 21% estuvo en desacuerdo, el 19% estuvo de acuerdo el 14% estuvo totalmente en desacuerdo y solo el 7% tuvo una indecisa afirmación.

**Figura 37.**

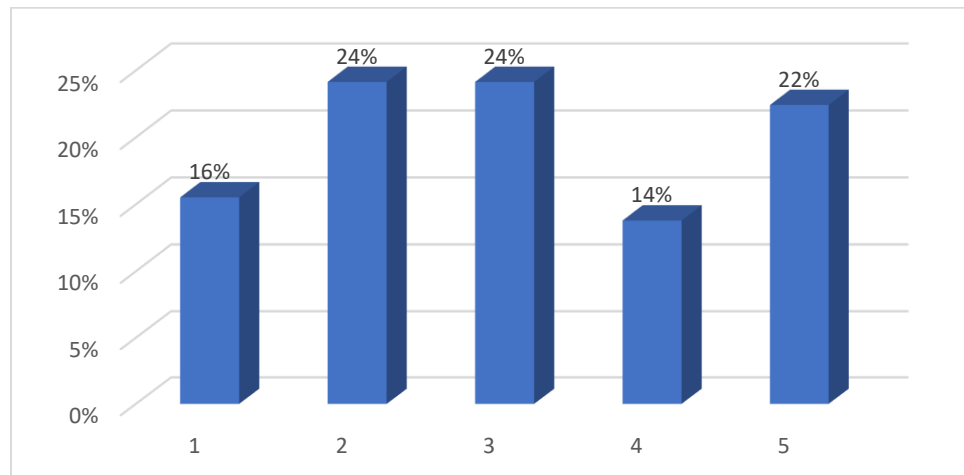
*Cree que las Mypes cuenta con certificación de sanidad*



**Interpretación:** El 36% estuvo totalmente en desacuerdo referente a que las Mypes cuenta con certificación de sanidad, el 28% en desacuerdo, el 22% estuvo totalmente de acuerdo y solo el 4% tuvo una indecisa afirmación.

**Figura 38.**

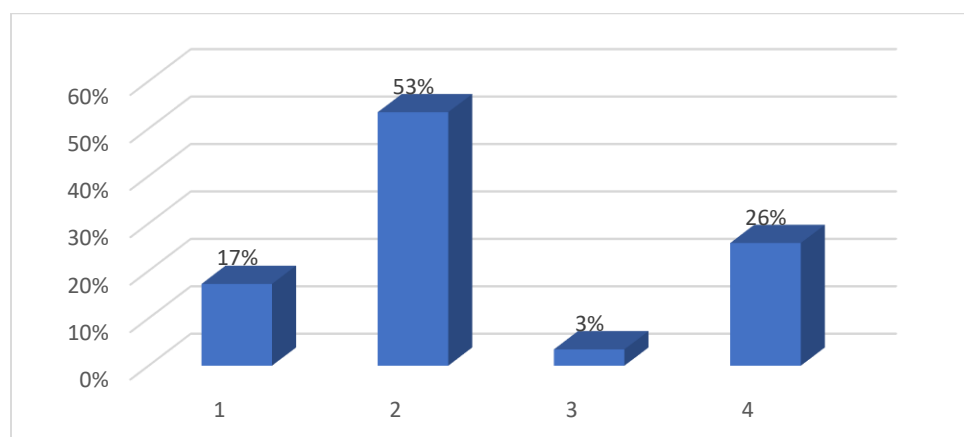
*¿Cree que las Mypes participa activamente en eventos de promoción y comercialización de productos?*



**Interpretación:** El 24% de encuestados estuvieron en desacuerdo e indecisos con la afirmación si cree que las Mypes participa activamente en eventos de promoción y comercialización de productos con el mismo porcentaje, el 22% estuvo totalmente de acuerdo, el 16% estuvo totalmente en desacuerdo y en menor porcentaje con 14% de acuerdo.

**Figura 39.**

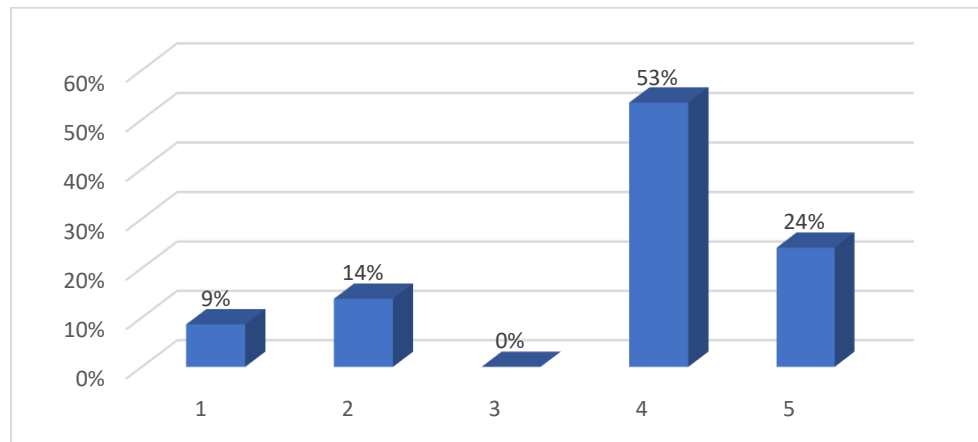
*¿Cree que las Mypes conocen de las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa?*



**Interpretación:** Respecto a si cree que las Mypes conocen de las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa, el 53% dijo estar en desacuerdo, el 17% totalmente en desacuerdo, el 26% de acuerdo y el 3% tuvo indecisa afirmación.

**Figura 40.**

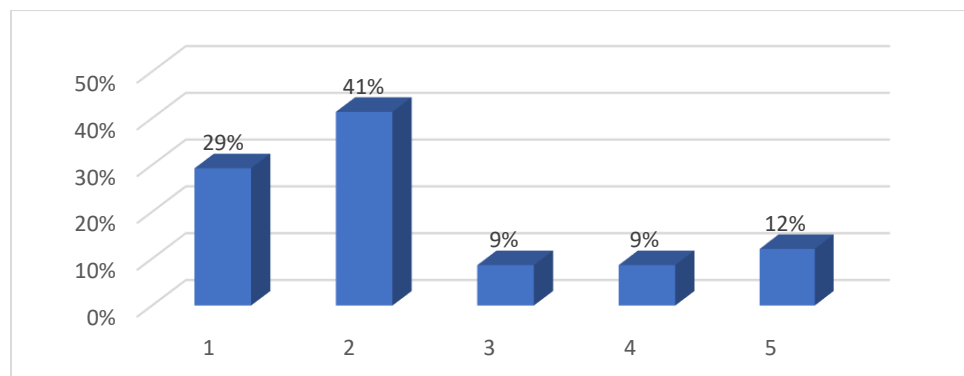
*¿Cree que las Mypes conocen de alguna herramienta que facilite la comercialización de sus productos?*



**Interpretación:** El 53% está de acuerdo respecto a que cree que las Mypes conocen de alguna herramienta que facilite la comercialización de sus productos, el 24% están totalmente de acuerdo, el 14% en desacuerdo y el 9% totalmente en desacuerdo.

**Figura 41.**

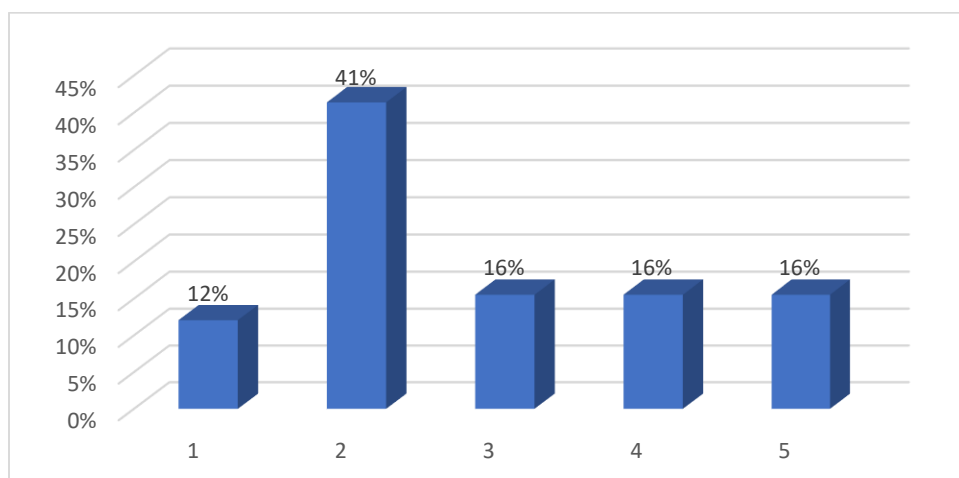
*¿Cree que las Mypes ha tenido o tiene asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos?*



**Interpretación:** Si cree que las Mypes ha tenido o tiene asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos, el 41% estuvo en desacuerdo, el 29% estuvo totalmente en desacuerdo, el 12% estuvo totalmente de acuerdo y el 9% tuvo una indecisa afirmación y estuvieron de acuerdo en el mismo porcentaje.

**Figura 42.**

*¿Cree que las Mypes cuentan con una cantidad suficiente para comercializar su producto sosteniblemente?*



**Interpretación:** Si cree que las Mypes cuentan con una cantidad suficiente para comercializar su producto sosteniblemente, el 41% estuvo en desacuerdo, el 16% tuvieron una indecisa afirmación, de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente; y en menor porcentaje el 12% estuvo totalmente en desacuerdo.

### 3.3.1.4. Relación que existe entre las Mypes de derivados lácteos con el desarrollo exportador en Florida – Pomacochas

**Tabla 1.**

*Coeficiente de Correlación de Spearman para identificar la relación que existe entre las variables*

| N°              | VARIABLE       |              | XY            | X <sup>2</sup> | Y <sup>2</sup> |
|-----------------|----------------|--------------|---------------|----------------|----------------|
|                 | X              | Y            |               |                |                |
|                 | CI             | EL           |               |                |                |
| 1               | 179            | 203          | 36337         | 32041          | 41209          |
| 2               | 160            | 129          | 20640         | 25600          | 16641          |
| 3               | 175            | 176          | 30800         | 30625          | 30976          |
| 4               | 131            | 138          | 18078         | 17161          | 19044          |
| 5               | 166            | 215          | 35690         | 27556          | 46225          |
| 6               | 178            | 135          | 24030         | 31684          | 18225          |
| 7               | 170            | 163          | 27710         | 28900          | 26569          |
| <b>Total</b>    | <b>1159</b>    | <b>1159</b>  | <b>193285</b> | <b>193567</b>  | <b>198889</b>  |
| <b>Cuadrado</b> | <b>1343281</b> | <b>1E+06</b> |               |                |                |



$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

$$r = \frac{7(193285) - (1159)(1159)}{\sqrt{[7(193567) - (1343281)][7(198889) - (1343281)]}}$$

$$r = \frac{9714}{\sqrt{11688x48942}}$$

$$r = \frac{9714}{\sqrt{572034096}}$$

$$r = \frac{9714}{23917.23} = 0.41$$

Teniendo en cuenta el resultado en donde resulta  $r=0.41$  y considerando el parámetro de medición en el que el coeficiente de correlación es cercano a 0 y no a 1; podemos afirmar que no existe relación lineal significativa entre las variables de derivados lácteos con el desarrollo exportador en Florida – Pomacochas. Esto sobre todo se da porque las empresas si bien es cierto están constituidas y venden sus productos de manera local, regional y nacional; pero aún no se han implementado estrategias ni mecanismos de exportación.

### **3.2. Discusión de resultados**

Existen investigaciones que se han realizado acerca de los derivados lácteos con el desarrollo exportador en el que se muestra resultados semejantes y distintos a la presente investigación tal y como se fundamenta a continuación:

Blanco (2016), en su investigación llegó a la conclusión que parte de los problemas graves en la cadena láctea, fue la dificultad que tienen los medianos y pequeños productores para la tecnificación, la recolección y transporte de su producción, puesto que los volúmenes son muy pequeños y en algunos casos sus vías de acceso se encuentran bastante deterioradas impidiendo la entrada o salida, tanto de cualquier medio de transporte como de los insumos y los productos lácteos y sus derivados. Considerando tales resultados existe en el presente estudio se encontró resultados distintos teniendo en cuenta que las Mypes comercializa sin ningún problema de manera local en un 100%, el 88% a nivel provincial, el 75% a nivel regional distribuyendo en las principales ciudades de la región principalmente en Pedro Ruiz Gallo; y solo un 50% lo hace a nivel nacional trabajando con pedidos y envíos a las ciudades de Chiclayo, Jaén, Trujillo y Lima principalmente. Todo ello considerando oportuno que la Localidad de Pomacochas se encuentra al margen de la Autopista Fernando Belaunde Terry.

Multhauptff y Romero (2017), en su estudio de los factores Asociados a la Producción, Transformación y Comercialización de Productos Lácteos; obtuvieron como resultado principal que los factores asociados a la producción, transformación y comercialización de leche son: capacitación en manejo técnico, la asociatividad, y el acceso a servicios financieros; son factores que influyen en la producción de lácteos en la provincia de Anta, por ende en el desarrollo económico de los productores. En base a los resultados del estudio de Multhauptff y Romero en la presente investigación se encuentra una similitud principalmente en la capacitación, puesto que los gerentes de cada empresa siempre

están capacitando a su personal en mayor medida y en otras oportunidades envían a su personal para que se puedan capacitar. Además, el 88% no han tenido asistencia técnica especializada, en el tratamiento y/o comercialización de productos, y solo el 12% recibieron de parte de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

También Apaza y Llavilla (2017) nos hace conocer que su investigación concluyó que gran parte los representantes de estos negocios tenían instrucción primaria, el 60 % instrucción secundaria y el 10 % educación técnica superior, lo que nos muestra que, debido a la baja formación, tienen diversas limitaciones en: comunicación, toma de decisiones, participar en ferias, no tienen una visión de largo plazo y mucho menos aversión al riesgo. Al respecto la presente investigación no coincide con esa conclusión toda vez que a partir del diagnóstico situacional realizado a las Mypes de derivados lácteos de Florida – Pomacochas, se pudo determinar que el 63% de los empresarios cuentan con educación superior y solo el 37% secundaria completa.

Finalmente es importante prestar especial cuidado con la hipótesis planteada en la presente investigación referida a que si se analiza la cadena de valor de las Mypes de derivados lácteos en Florida - Pomacochas entonces se podrá inferir en el desarrollo exportador; a partir de tal afirmación es preciso indicar que una vez desarrollado la investigación se logró identificar las estrategias y los mecanismos que utilizan las empresas para comercializar sus productos; además se encontró a partir del diagnóstico situacional empresarial que estas organizaciones aun no exportan sus productos; en tal medida el estudio permitió concluir la nula exportación de los productos locales y con ello aceptar la hipótesis planteada.

## CONCLUSIONES

- A partir del diagnóstico situacional realizado a las Mypes de derivados lácteos de Florida – Pomacochas, se pudo determinar que el 63% de los empresarios cuentan con educación superior y solo el 37% secundaria completa. Además el 50% son comerciantes así mismo el 38% son ganaderos y solo un 13% amas de casa. Respecto a si cuentan con un almacén adecuado para el acopio de sus productos el 100% si cuentan, ya que se enfocan en la conservación del producto como uno de sus principales estrategias de competitividad. Para las Mypes es muy importante la gestión del talento humano teniendo en cuenta la calidad de la comercialización producto y calidad del producto. Siempre están capacitando a su personal como el gerente de la empresa y en otras oportunidades envían a su personal para que se puedan capacitar. El 100% de las Mypes utilizan las redes sociales principalmente Facebook e Instagram para acceder a los clientes y futuros clientes de las empresas a nivel regional y nacional, así mismo un 38% utilizan redes sociales y radio para captar clientes locales en el caso de las radios. Para el registro pedidos y/o requerimientos las Mypes manejan dos herramientas: Cuaderno de apuntes que lo utilizan todos en un 100% y el 50% utiliza tanto el cuaderno de apuntes como el Excel.
- El 100% de las Mypes comercializa de manera local, el 88% a nivel provincial, el 75% a nivel regional distribuyendo en las principales ciudades de la región principalmente en Pedro Ruiz Gallo; y solo un 50% lo hace a nivel nacional trabajando con pedidos y envíos a las ciudades de Chiclayo, Jaén, Trujillo y Lima principalmente. También solo el 88% de las empresas cuenta con certificado de sanidad y un 12% no cuenta, el 75% participa en eventos de promoción y comercialización de productos, y un 25% no. El 88% no han tenido asistencia técnica especializada, en el tratamiento y/o comercialización de productos, y el 12% recibieron de parte de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. Respecto a la cantidad de queso promedio semanal en Kilogramos que comercializan el 47% comercializa entre 10 a 20 kilogramos, el 41% entre 20 a 30 kilogramos, y un 6% de manera

equitativa entre 30 a 40 y 40 a más kilogramos. Respecto a la cantidad de mantequilla promedio semanal en Kilogramos que comercializan del 25% de empresarios que comercializan este producto lo hace hasta 10kilogramos. El 25% comercializa entre 10 a 20 kilogramos de manjar, 20 a 30 kilogramos y 30 a 40 kilogramos respectivamente y en menor porcentaje un 15% comercializa hasta 10 kilogramos. Del 88% de empresarios que comercializa manjar el 38% lo hace entre 20 a 30 kilogramos, el 25% comercializa entre 10 a 20 kilogramos y 30 a 40 kilogramos equitativamente. y Finalmente el 51% de empresarios que comercializan quesillo el 25% lo hace entre 20 a kilogramos semanal, y un 13% lo hace hasta 10 kilogramos, así como con un 13% de 40 kilogramos a más.

- Las estrategias de comercialización que utilizan las Mypes de derivados lácteos en Florida – Pomacochas son principalmente las siguientes: Estrategias competitivas, como la Publicidad, Merchandising, y Marketing de guerrilla; Estrategias de crecimiento, Penetración de mercado y Desarrollo de mercado.
- Se determinó que teniendo en cuenta el resultado en donde resulta  $r=0.41$  y considerando el parámetro de medición en el que el coeficiente de correlación es cercano a 0 y no a 1; no existe relación lineal significativa entre las variables de derivados lácteos con el desarrollo exportador en Florida – Pomacochas. Esto sobre todo se da porque las empresas si bien es cierto están constituidas y venden sus productos de manera local, regional y nacional; pero aún no se han implementado estrategias ni mecanismos de exportación.

## RECOMENDACIONES

- Crear una Asociación de Productores de Leche y Derivados Lácteos en Florida – Pomacochas con el objetivo de que esta pueda realizar las gestiones correspondientes y alianzas estratégicas; además de identificar canales de exportación ya que actualmente aún no han incursionado.
- Gestionar con la Municipalidad Distrital de Florida – Pomacochas para la realización de un plan estratégico de capacitación en Marketing, Gestión del Talento Humano, Buenas prácticas de manipulación de alimentos, etc.
- Implementar protocolos de salud y seguridad en cada una de las empresas de la localidad de Florida – Pomacochas.
- Identificar los principales eventos de comercialización y ferias artesanales para participar en cada uno de ellos y de esa manera realizar alianzas estratégicas con otras empresas que permitan abrir canales de exportación.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Apaza, A. y. (2017). *Competitividad de la cadena productiva de lácteos en el distrito de Pomacanchi, provincia Acomayo – Cusco – 2016*. (C. E. Facultad de Ciencias Administrativas, Ed.) Cusco: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponible em [http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/2085/253T20170025\\_TC.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/2085/253T20170025_TC.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
2. Arimany, L. (2010). *La Cadena de Valor*. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponible em <https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
3. Blanco, A. (2016). *Diagnóstico de la problemática de la cadena láctea que se presenta en el departamento de Santander en la región los comuneros*. (F. d. Agropecuarias, Ed.) Universidad de la Salle. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponible em [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/18567/12092008\\_2016.pdf?sequence=1](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/18567/12092008_2016.pdf?sequence=1)
4. Chavez, M. (2006). *Planta Procesadora de Lácteos en San José Pinula*. (T. P. DISEÑO, Ed.) Guatemala: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR. Acceso em 18 de Diciembre de 2019, disponible em <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Chavez-Mario.pdf>
5. Espinoza, D. J. (2012). *Plan Estratégico del Sector Lácteo de Cajamarca*. (P. U. Perú, Ed.) Cajamarca. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponible em [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4610/ESPINOZA\\_JAUREGUI\\_LEVAU\\_LACTEO\\_CAJAMARCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4610/ESPINOZA_JAUREGUI_LEVAU_LACTEO_CAJAMARCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
6. Gamarra, M. (2001). *Situación actual y perspectivas de la ganadería*. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponible em <http://www.scielo.org.pe/pdf/rivep/v12n2/a02v12n2>

7. Kouzmine, V. (2013). *América Latina: el comercio*. Chile. Acceso em 3 de Octubre de 2019, disponível em [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4372/S2003716\\_es.pdf?sequence=1](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4372/S2003716_es.pdf?sequence=1)
8. López, M. y. (2015). *Plan estratégico para las pymes del sector lácteo en el municipio de San Juan de Pasto 2014-2019*. (F. d. Administración, Ed.) Universidad del Valle. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/8896/1/CB-0525447.pdf>
9. Multhauptff, M. y. (2017). *Factores Asociados a la Producción, Transformación y Comercialización de Productos Lácteos en las Comunidades de Tambo Real y Ancachuro del Distrito de Zurite, Provincia de Anta 2010 – 2015*. (U. A. Cusco, Ed.) Cusco: Facultad de Ciencias Economicas, Administrativas y Contables . Acceso em 24 de Septiembre de 2019, disponível em [http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1458/3/Marjorie\\_Fiorella\\_Tesis\\_bachiller\\_2017.pdf](http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1458/3/Marjorie_Fiorella_Tesis_bachiller_2017.pdf)
10. Navarro, J. (2013). *Definición de Exportación*. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <https://www.definicionabc.com/economia/exportacion.php>
11. Olivares, K. (2015). *Definición MYPE*. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <https://es.scribd.com/doc/59304158/Definicion-MYPE>
12. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2013). *Productos lácteos*. Acceso em 14 de Diciembre de 2019, disponível em <http://www.fao.org/dairy-production-products/products/tipos-y-caracteristicas/es/>
13. Pérez, J. (2015). *Introducción al concepto de desarrollo*. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>



14. Pilco, L. (2017). *Evaluación económica de la producción de derivados lácteos en las tres cuencas ganaderas de la región Amazonas (Pomacochas, Leymebamba y Molinopampa) 2016*. (F. d. administrativas, Ed.) Chachapoyas: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1200/Tesis%20Leycer%20Pilco%20Mori.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
15. Porter, M. (1980). *Competitividad Estrategica*. Mexico: C.E.C.S.A. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232005000100005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232005000100005)
16. Porter, M. (1999). *Ser competitivos: nuevas aportaciones y conclusiones*. Bilbao, España: Deusto. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3174/11991120.pdf;jsessionid=329BE440B18730A6EE16667A943695D0?sequence=1>
17. Rios, e. (2015). *Exportaciones (Vol. I)*. Mexico. Acceso em 18 de Diciembre de 2019, disponível em [http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507\\_mexicoexports.pdf?m=1453513184](http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184)
18. Sunat. (2016). *Exportacion*. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
19. Ucha, F. (2013). *Definición de Lácteos*. Acceso em 25 de Septiembre de 2019, disponível em <https://www.definicionabc.com/general/lacteos.php>

ANEXOS

FOTOS DE TRABAJO DE CAMPO



**ENTREVISTA A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES PARA  
ANALISAR LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO  
EXPORTADOR DE LAS MYPES DE DERIVADOS LACTEOS EN FLORIDA  
POMACOCHAS, 2019.**

Objetivo: Analizar la cadena de valor para el desarrollo exportador  
de las Mypes de derivados lácteos en Florida Pomacochas,

**I. ASPECTOS GENERALES**

- 1.1. Nombre.....  
...
- 1.2. Grado de instrucción  
a) Primaria ( )      b) Secundaria ( )      c) Superior ( )
- 1.3. Ocupación principal  
a) Agricultor ( )      b) Ama de casa ( )      c) Ganadero ( )  
d) Comerciante ( )      e) Otra ocupación.....

**II. CARACTERISTICAS DE LAS MYPES**

- 2.1. ¿Qué tipo de producto comercializa?  
.....  
.....
- 2.2. ¿Cuenta con un almacén adecuado para el acopio de los  
productos?  
.....  
.....
- 2.3. ¿Considera que la infraestructura con la que cuenta es la  
adecuada para la distribución de sus productos?  
.....  
.....
- 2.4. ¿Cuenta con el recurso humano adecuado y capacitado?  
.....  
.....
- 2.5. ¿Utiliza estrategias de promoción y difusión para captar  
clientes? ¿Cuáles?  
.....  
.....
- 2.6. ¿Cuenta con los equipos adecuados para la producción de sus  
productos? ¿Cuáles?  
.....  
.....

- 2.7. ¿Maneja un sistema adecuado para el registro de pedidos?  
¿Qué sistema?  
.....  
.....
- 2.8. ¿Tiene definido el nicho de mercado (Local, Provincial, Regional, Nacional, ¿e Internacional) al que se dirige? ¿cuales?  
.....  
.....
- 2.9. ¿Cuentan con certificación de sanidad?  
.....  
.....
- 2.10. ¿Participa en eventos de promoción y comercialización de productos?  
.....  
.....
- 2.11. ¿Conoce de las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa?  
.....  
.....
- 2.12. ¿Ha tenido o tiene asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos? ¿de quién?  
.....  
.....
- 2.13. ¿Con cuántos proveedores trabaja?  
.....  
.....
- 2.14. ¿Cuál es el costo promedio semanal para la producción de cada producto?  
.....  
.....
- 2.15. ¿Cuál es la cantidad promedio semanal que produce por producto?  
.....  
.....

¡Muchas gracias!

**ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACION DE LA LOCALIDAD DE  
FLORIDA - POMACOCHAS PARA IDENTIFICAR LA RELACIÓN  
EXISTENTE ENTRE LAS MYPES DE DERIVADOS LÁCTEOS CON EL  
DESARROLLO EXPORTADOR EN FLORIDA – POMACOCHAS.**

| <b>Escala</b>            | <b>Valor</b> |
|--------------------------|--------------|
| Totalmente en desacuerdo | 1            |
| En desacuerdo            | 2            |
| Indeciso                 | 3            |
| De acuerdo               | 4            |
| Totalmente de acuerdo    | 5            |

| <b>Variable 01: CADENA DE VALOR</b>  | <b>PUNTAJE</b> |          |          |          |          |
|--|----------------|----------|----------|----------|----------|
|  | <b>1</b>       | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
| ¿Cree que las Mypes cuentan con un almacén adecuado para el acopio de los productos?   |                |          |          |          |          |
| ¿Considera que la infraestructura con la que cuenta las Mypes es la adecuada para la distribución de los productos?  |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las Mypes cuentan con el recurso humano adecuado y capacitado?   |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las estrategias de promoción que utilizan las Mypes son eficientes para captar clientes?   |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las Mypes cuentan con los equipos adecuados para la distribución de los productos?   |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que los compradores manejan un sistema adecuado para el registro de pedidos y/o requerimientos?  |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que los proveedores cuentan con materia prima en stock?  |                |          |          |          |          |
| <b>Variable 02: DESARROLLO EXPORTADOR</b>  |                |          |          |          |          |
| ¿Creen que las Mypes tienen definido el nicho de mercado (Nacional e Internacional) al que se dirigen?   |                |          |          |          |          |
| ¿Creen que las Mypes cuenta con certificación de sanidad?  |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las Mypes participa activamente en eventos de promoción y comercialización de productos?   |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las Mypes conocen de las normas y su aplicación según el tipo de producto que comercializa?  |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las Mypes conocen de alguna herramienta que facilite la comercialización de sus productos?   |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las Mypes ha tenido o tiene asistencia técnica especializada de parte de alguna organización, en el tratamiento y/o comercialización de productos? |                |          |          |          |          |
| ¿Cree que las Mypes cuentan con una cantidad suficiente para comercializar sus productos sosteniblemente?  |                |          |          |          |          |

**Instrumentos de recolección de datos (validado por expertos)**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTO**

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Jonathan Alberto Campos Trigoso  
 1.2 GRADO ACADÉMICO : Máster en economía agroalimentaria y del medio ambiente  
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas  
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : **“ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS MYPES DE DERIVADOS LÁCTEOS EN FLORIDA POMACOCHAS, 2019”**  
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado  
 1.6 MENCIÓN : Bachiller en Administración y negocios Internacionales  
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Entrevista a los representantes de las MYPES  
 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD :  
 a) DE 01 a 13 Improcedente (No válido, reformular)  
 b) DE 14 a 16 Aceptable con recomendaciones (Válido, precisar, mejorar o modificar)  
 c) De 17 a 20: Aceptable (Válido, aplicar)

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS                                 | DEFICIE NTE (01-10) | REGULAR (11-13) | BUENO (14-16) | MUY BUENO (17-18) | EXCELENTE (19-20) |
|---|--|---------------------|-----------------|---------------|-------------------|-------------------|
|   |  | 01                  | 02              | 03            | 04                | 05                |
| 1. CLARIDAD                               | Esta formulado con lenguaje apropiado.                                 |                     |                 |               |                   | X                 |
| 2. OBJETIVIDAD                            | Está expresado en conductas observables.                               |                     |                 |               | X                 |                   |
| 3. ACTUALIDAD                             | Adecuado al avance de la investigación.                                |                     |                 | X             |                   |                   |
| 4. ORGANIZACIÓN                           | Existe un constructo lógico en los ítems.                              |                     |                 |               | X                 |                   |
| 5. SUFICIENCIA                            | Valora las dimensiones en cantidad y calidad.                          |                     |                 | X             |                   |                   |
| 6. INTENCIONALIDAD                        | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados en el estudio.        |                     |                 |               | X                 |                   |
| 7. CONSISTENCIA                           | Utiliza suficientes referentes bibliográficas.                         |                     |                 | X             |                   |                   |
| 8. COHERENCIA                             | Entre las variables, dimensiones e indicadores; problemas e hipótesis. |                     |                 |               | X                 |                   |
| 9. METODOLOGÍA                            | Cumple con los lineamientos metodológicos.                             |                     |                 |               | X                 |                   |
| 10. PERTINENCIA                           | Es asertivo y funcional para ciencia y la construcción de teorías.     |                     |                 |               | X                 |                   |
| <b>SUB TOTAL</b>                          |  |                     |                 | <b>3</b>      | <b>6</b>          | <b>1</b>          |
| <b>TOTAL</b>                              |  |                     |                 | <b>9</b>      | <b>24</b>         | <b>5</b>          |

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 38 x 0.4 = 15.2  
 VALORACIÓN CUALITATIVA : El instrumento es válido  
 OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento es válido, se recomienda la explicación de la problemática y de los objetivos de la investigación a los pobladores  
 LUGAR Y FECHA : Chachapoyas 02 de junio de 2021



**JONATHAN ALBERTO CAMPOS TRIGOSO**

Firma y post firma del experto

DNI : 45861852  
 Teléfono: 938189878

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTO**

**III. DATOS GENERALES**

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Roberto Carlos Mori Zababurú  
 1.2 GRADO ACADEMICO : Maestro en Gerencia en Agronegocios  
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas  
 1.4 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN : **“ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS MYPES DE DERIVADOS LACTEOS EN FLORIDA POMACOCHAS, 2019”**  
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado  
 1.6 MENCIÓN : Bachiller en Administración y negocios Internacionales  
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Entrevista a los representantes de las MYPES  
 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD :  
 a) DE 01 a 13 Improcedente (No valido, reformular)  
 b) DE 14 a 16 Aceptable con recomendaciones (Válido, precisar, mejorar o modificar)  
 c) De 17 a 20: Aceptable (Valido, aplicar)

**2 ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS                                 | DEFICIE NTE (01-10) | REGULAR (11-13) | BUENO (14-16) | MUY BUENO (17-18) | EXCELENTE (19-20) |
|---|--|---------------------|-----------------|---------------|-------------------|-------------------|
|   |  | 01                  | 02              | 03            | 04                | 05                |
| 1. CLARIDAD                               | Esta formulado con lenguaje apropiado.                                 |                     |                 |               | X                 |                   |
| 2. OBJETIVIDAD                            | Está expresado en conductas observables.                               |                     |                 |               | x                 |                   |
| 3. ACTUALIDAD                             | Adecuado al avance de la investigación.                                |                     |                 | x             |                   |                   |
| 4. ORGANIZACIÓN                           | Existe un constructo lógico en los ítems.                              |                     |                 |               | x                 |                   |
| 5. SUFICIENCIA                            | Valora las dimensiones en cantidad y calidad.                          |                     |                 | x             |                   |                   |
| 6. INTENCIONALIDAD                        | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados en el estudio.        |                     |                 |               | x                 |                   |
| 7. CONSISTENCIA                           | Utiliza suficientes referentes bibliográficas.                         |                     |                 | x             |                   |                   |
| 8. COHERENCIA                             | Entre las variables, dimensiones e indicadores; problemas e hipótesis. |                     |                 |               | x                 |                   |
| 9. METODOLOGIA                            | Cumple con los lineamientos metodológicos.                             |                     |                 |               | x                 |                   |
| 10. PERTINENCIA                           | Es asertivo y funcional para ciencia y la construcción de teorías.     |                     |                 | x             |                   |                   |
| <b>SUB TOTAL</b>                          |  |                     |                 | <b>4</b>      | <b>6</b>          |                   |
| <b>TOTAL</b>                              |  |                     |                 | <b>12</b>     | <b>24</b>         |                   |

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 36 x 0.4 = 14.4  
 VALORACIÓN CUALITATIVA : El instrumento es válido  
 OPINION DE APLICABILIDAD : El instrumento es aceptable, se recomienda una explicación previa de la investigación  
 LUGAR Y FECHA : Chachapoyas 31 de mayo de 2021



**ROBERTO CARLOS MORI ZABABURÚ**

Firma y post firma del experto

DNI : 43369387

Teléfono: 949551311



**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTO**

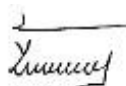
**IV. DATOS GENERALES**

- 1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Reina Marin, Yuri  
 1.2 GRADO ACADEMICO : Magister en SUPPLY CHAIN MANAGEMENT  
 1.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas  
 1.4 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN : **“ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS MYPES DE DERIVADOS LACTEOS EN FLORIDA POMACOCHAS, 2019”**  
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado  
 1.6 MENCIÓN : Bachiller en Administración y negocios Internacionales  
 1.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Entrevista a los representantes de las MYPES  
 1.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD :  
 a) DE 01 a 13 Improcedente (No valido, reformular)  
 b) DE 14 a 16 Aceptable con recomendaciones (Válido, precisar, mejorar o modificar)  
 c) De 17 a 20: Aceptable (Valido, aplicar)

**2 ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS                                 | DEFICIE NTE (01-10) | REGULAR (11-13) | BUENO (14-16) | MUY BUENO (17-18) | EXCELENTE (19-20) |
|---|--|---------------------|-----------------|---------------|-------------------|-------------------|
|   |  | 01                  | 02              | 03            | 04                | 05                |
| 1. CLARIDAD                               | Esta formulado con lenguaje apropiado.                                 |                     |                 | X             |                   |                   |
| 2. OBJETIVIDAD                            | Está expresado en conductas observables.                               |                     |                 |               | x                 |                   |
| 3. ACTUALIDAD                             | Adecuado al avance de la investigación.                                |                     |                 | x             |                   |                   |
| 4. ORGANIZACIÓN                           | Existe un constructo lógico en los ítems.                              |                     |                 |               | x                 |                   |
| 5. SUFICIENCIA                            | Valora las dimensiones en cantidad y calidad.                          |                     |                 | x             |                   |                   |
| 6. INTENCIONALIDAD                        | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados en el estudio.        |                     |                 |               | x                 |                   |
| 7. CONSISTENCIA                           | Utiliza suficientes referentes bibliográficas.                         |                     |                 | x             |                   |                   |
| 8. COHERENCIA                             | Entre las variables, dimensiones e indicadores; problemas e hipótesis. |                     |                 |               | x                 |                   |
| 9. METODOLOGIA                            | Cumple con los lineamientos metodológicos.                             |                     |                 |               | x                 |                   |
| 10. PERTINENCIA                           | Es asertivo y funcional para ciencia y la construcción de teorías.     |                     |                 | x             |                   |                   |
| <b>SUB TOTAL</b>                          |  |                     |                 | <b>5</b>      | <b>5</b>          |                   |
| <b>TOTAL</b>                              |  |                     |                 | <b>15</b>     | <b>20</b>         |                   |

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 35 x 0.4 = 14  
 VALORACIÓN CUALITATIVA : El instrumento es válido  
 OPINION DE APLICABILIDAD : Se debe aplicar el instrumento explicando los objetivos de la investigación  
 LUGAR Y FECHA : Chachapoyas 01 de junio de 2021


**YURI REINA MARIN**

Firma y post firma del experto

DNI : 09671063

Teléfono: 934689798

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTO**

**V. DATOS GENERALES**

- 5.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Jonathan Alberto Campos Trigoso  
 5.2 GRADO ACADÉMICO : Máster en economía agroalimentaria y del medio ambiente  
 5.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas
- 5.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : **“ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS MYPES DE DERIVADOS LÁCTEOS EN FLORIDA POMACOCHAS, 2019”**
- 5.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado  
 5.6 MENCIÓN : Bachiller en Administración y negocios Internacionales  
 5.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Encuesta a los pobladores de la localidad de la Florida  
 5.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD :  
 a) DE 01 a 13 improcedente (No válido, reformular)  
 b) DE 14 a 16 Aceptable con recomendaciones (Válido, precisar, mejorar o modificar)  
 c) De 17 a 20: Aceptable (Válido, aplicar)

**VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS                                 | DEFICIE NTE (01-10) | REGULAR (11-13) | BUENO (14-16) | MUY BUENO (17-18) | EXCELENTE (19-20) |
|---|--|---------------------|-----------------|---------------|-------------------|-------------------|
|   |  | 01                  | 02              | 03            | 04                | 05                |
| 1. CLARIDAD                               | Esta formulado con lenguaje apropiado.                                 |                     |                 |               | X                 |                   |
| 2. OBJETIVIDAD                            | Está expresado en conductas observables.                               |                     |                 |               | X                 |                   |
| 3. ACTUALIDAD                             | Adecuado al avance de la investigación.                                |                     |                 | X             |                   |                   |
| 4. ORGANIZACIÓN                           | Existe un constructo lógico en los ítems.                              |                     |                 |               | X                 |                   |
| 5. SUFICIENCIA                            | Valora las dimensiones en cantidad y calidad.                          |                     |                 | X             |                   |                   |
| 6. INTENCIONALIDAD                        | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados en el estudio.        |                     |                 |               | X                 |                   |
| 7. CONSISTENCIA                           | Utiliza suficientes referentes bibliográficas.                         |                     |                 | X             |                   |                   |
| 8. COHERENCIA                             | Entre las variables, dimensiones e indicadores; problemas e hipótesis. |                     |                 |               | X                 |                   |
| 9. METODOLOGIA                            | Cumple con los lineamientos metodológicos.                             |                     |                 |               | X                 |                   |
| 10. PERTINENCIA                           | Es asertivo y funcional para ciencia y la construcción de teorías.     |                     |                 |               | X                 |                   |
| <b>SUB TOTAL</b>                          |  |                     |                 | <b>3</b>      | <b>7</b>          |                   |
| <b>TOTAL</b>                              |  |                     |                 | <b>9</b>      | <b>28</b>         |                   |

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 37 x 0.4 = 14.8  
 VALORACIÓN CUALITATIVA : El instrumento es válido  
 OPINIÓN DE APLICABILIDAD : El instrumento es válido, se recomienda la explicación de la problemática y de los objetivos de la investigación a los pobladores  
 LUGAR Y FECHA : Chachapoyas 02 de junio de 2021



**JONATHAN ALBERTO CAMPOS TRIGOSO**

Firma y post firma del experto

DNI : 45861852  
 Teléfono: 938189878

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTO**

**VII. DATOS GENERALES**

- 2.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Roberto Carlos Mori Zababurú  
 2.2 GRADO ACADEMICO : Maestro en Gerencia en Agronegocios  
 2.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas  
 2.4 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN : **“ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS MYPES DE DERIVADOS LACTEOS EN FLORIDA POMACOCHAS, 2019”**  
 2.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado  
 2.6 MENCIÓN : Bachiller en Administración y negocios Internacionales  
 2.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Encuesta a los pobladores de la Florida  
 2.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD :  
 a) DE 01 a 13 Improcedente (No valido, reformular)  
 d) DE 14 a 16 Aceptable con recomendaciones (Válido, precisar, mejorar o modificar)  
 e) De 17 a 20: Aceptable (Valido, aplicar)

**3 ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS                                 | DEFICIE NTE (01-10) | REGULAR (11-13) | BUENO (14-16) | MUY BUENO (17-18) | EXCELENTE (19-20) |
|---|--|---------------------|-----------------|---------------|-------------------|-------------------|
|   |  | 01                  | 02              | 03            | 04                | 05                |
| 1. CLARIDAD                               | Esta formulado con lenguaje apropiado.                                 |                     |                 |               |                   | X                 |
| 2. OBJETIVIDAD                            | Está expresado en conductas observables.                               |                     |                 |               | x                 |                   |
| 3. ACTUALIDAD                             | Adecuado al avance de la investigación.                                |                     |                 | x             |                   |                   |
| 4. ORGANIZACIÓN                           | Existe un constructo lógico en los ítems.                              |                     |                 |               | x                 |                   |
| 5. SUFICIENCIA                            | Valora las dimensiones en cantidad y calidad.                          |                     |                 | x             |                   |                   |
| 6. INTENCIONALIDAD                        | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados en el estudio.        |                     |                 |               | x                 |                   |
| 7. CONSISTENCIA                           | Utiliza suficientes referentes bibliográficas.                         |                     |                 | x             |                   |                   |
| 8. COHERENCIA                             | Entre las variables, dimensiones e indicadores; problemas e hipótesis. |                     |                 |               | x                 |                   |
| 9. METODOLOGIA                            | Cumple con los lineamientos metodológicos.                             |                     |                 |               | x                 |                   |
| 10. PERTINENCIA                           | Es asertivo y funcional para ciencia y la construcción de teorías.     |                     |                 |               | x                 |                   |
| <b>SUB TOTAL</b>                          |  |                     |                 | <b>3</b>      | <b>6</b>          | <b>1</b>          |
| <b>TOTAL</b>                              |  |                     |                 | <b>9</b>      | <b>24</b>         | <b>5</b>          |

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 38 x 0.4 = 15.2  
 VALORACIÓN CUALITATIVA : El instrumento es válido  
 OPINION DE APLICABILIDAD : El instrumento es aceptable, se recomienda una explicación previa de la investigación  
 LUGAR Y FECHA : Chachapoyas 31 de mayo de 2021



**ROBERTO CARLOS MORI ZABABURÚ**

Firma y post firma del experto

DNI : 43369387

Teléfono: 949551311

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTO**

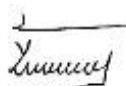
**VIII. DATOS GENERALES**

- 2.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Reina Marin, Yuri  
 2.2 GRADO ACADEMICO : Magister en SUPPLY CHAIN MANAGEMENT  
 2.3 INSTITUCIÓN DONDE LABORA : Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas  
 2.4 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN : **“ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS MYPES DE DERIVADOS LACTEOS EN FLORIDA POMACOCHAS, 2019”**  
 2.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : Yarelis Yamileth Hoyos Cruzado  
 2.6 MENCIÓN : Bachiller en Administración y negocios Internacionales  
 2.7 NOMBRE DEL INSTRUMENTO : Encuesta a los pobladores de la Florida  
 2.8 CRITERIOS DE APLICABILIDAD :  
 f) DE 01 a 13 Improcedente (No valido, reformular)  
 g) DE 14 a 16 Aceptable con recomendaciones (Válido, precisar, mejorar o modificar)  
 h) De 17 a 20: Aceptable (Valido, aplicar)

**3 ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | CRITERIOS CUALITATIVOS / CUANTITATIVOS                                 | DEFICIE NTE (01-10) | REGULAR (11-13) | BUENO (14-16) | MUY BUENO (17-18) | EXCELENTE (19-20) |
|---|--|---------------------|-----------------|---------------|-------------------|-------------------|
|   |  | 01                  | 02              | 03            | 04                | 05                |
| 1. CLARIDAD                               | Esta formulado con lenguaje apropiado.                                 |                     |                 |               | X                 |                   |
| 2. OBJETIVIDAD                            | Está expresado en conductas observables.                               |                     |                 |               | x                 |                   |
| 3. ACTUALIDAD                             | Adecuado al avance de la investigación.                                |                     |                 | x             |                   |                   |
| 4. ORGANIZACIÓN                           | Existe un constructo lógico en los ítems.                              |                     |                 |               | x                 |                   |
| 5. SUFICIENCIA                            | Valora las dimensiones en cantidad y calidad.                          |                     |                 | x             |                   |                   |
| 6. INTENCIONALIDAD                        | Adecuado para cumplir con los objetivos trazados en el estudio.        |                     |                 |               | x                 |                   |
| 7. CONSISTENCIA                           | Utiliza suficientes referentes bibliográficas.                         |                     |                 | x             |                   |                   |
| 8. COHERENCIA                             | Entre las variables, dimensiones e indicadores; problemas e hipótesis. |                     |                 |               | x                 |                   |
| 9. METODOLOGIA                            | Cumple con los lineamientos metodológicos.                             |                     |                 |               | x                 |                   |
| 10. PERTINENCIA                           | Es asertivo y funcional para ciencia y la construcción de teorías.     |                     |                 | x             |                   |                   |
| <b>SUB TOTAL</b>                          |  |                     |                 | <b>4</b>      | <b>6</b>          |                   |
| <b>TOTAL</b>                              |  |                     |                 | <b>12</b>     | <b>24</b>         |                   |

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : 36 x 0.4 = 14.4  
 VALORACIÓN CUALITATIVA : El instrumento es válido  
 OPINION DE APLICABILIDAD : Se debe aplicar el instrumento explicando los objetivos de la investigación a los pobladores  
 LUGAR Y FECHA : Chachapoyas 01 de junio de 2021


**YURI REINA MARIN**

Firma y post firma del experto

DNI : 09671063

Teléfono: 934689798