



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“REVISION SISTEMATICA DE ESTUDIOS  
REALIZADOS SOBRE ESTRATEGIAS DE  
COMERCIALIZACIÓN PARA LOS PRODUCTOS  
AGRÍCOLAS DE LOS AGRICULTORES DE VIRU,  
TRUJILLO 2018”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

**Bachiller en Administración y Gestión Comercial**

**Autores:**

Wilder Orlando, Garay Tacilla

**Asesor:**

Dr. Alberto Zelada Zegarra

Trujillo - Perú

2018


**ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE  
INVESTIGACIÓN**

El Asesor Dr. Alberto Zelada Zegarra, docente de la Universidad Privada del Norte, facultad de Negocios, carrera profesional de Administración y Gestión Comercial, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión de fondo y forma (cumplimiento del estilo APA y ortografía) y verificación en programa de antiplagio del Trabajo de Investigación del o los estudiantes(s)/egresado (s):

Wilder Orlando Garay Tacilla

Por cuanto, **CONSIDERA** que el Trabajo de Investigación titulado “**Revisión sistemática de estudios realizados sobre estrategias de comercialización para los productos agrícolas de los agricultores de Virú, Trujillo 2018**”, para optar al grado de bachiller por la Universidad Priva del Norte, reúne las condiciones adecuadas en forma y fondo, por lo cual, **AUTORIZA** su presentación.

Trujillo, ...22..... de .....Febrero.....del .....2019.....



Ing./Lic./Mg./Dr. Alberto Zelada Zegarra

Asesor



### ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Director/Coordinador LUGI VATSLAV CABOS VILLA, de la carrera de Administración y Gestión Comercial de la Universidad Privada del Norte, ha procedido a realizar la evaluación del Trabajo de Investigación del (o los) estudiante (s)/egresado (s):

Wilder Orlando Garay Tacilla

Para aspirar al grado de bachiller con el Trabajo de Investigación titulado Título de la investigación: “Revisión sistemática de estudios realizados sobre estrategias de comercialización para los productos agrícolas de los agricultores de Virú, Trujillo 2018” Luego de la revisión, en forma y contenido, del Trabajo de Investigación expresa el siguiente resultado:

Aprobado

Calificativo:

( ) Excelente: De 20 a 18.

~~( ) Sobresaliente: De 17 a 15.~~

( ) Bueno: De 14 a 13.

Desaprobado

Trujillo, ...22... de .....Febrero..... del ...2019...

Ing. Luigi Cabos Villa  
COORDINADOR ACADÉMICO AREA NEGOCIOS IVA  
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa

Coordinador de Carrera

## DEDICATORIA

A Dios por sus grandes enseñanzas, de ser justo por el camino que uno va recorriendo, por estar siempre a mi lado en los malos y buenos momentos de mi vida.

A mi amada esposa por estar siempre dándome aliento para seguir en este camino que requiere de gran esfuerzo, disciplina, pasión y amor para lograr mis sueños.

A mi amada madre que me enseñó que con fuerza de voluntad y perseverancia uno puede lograr los sueños que tiene en mente.

A mi amado padre que me enseñó que el trabajo dignifica a las personas y que el mejor legado que uno puede dejar a sus hijos es bien puestos los Valores que vienen desde casa.

A mis hermanas por su apoyo incondicional en los momentos que pensaba que se me cerraban todas las puertas, ellas han estado como una luz que uno quiere ver para seguir adelante. .

## AGRADECIMIENTO

Mi más sincera agradecimiento a la Universidad Privada del Norte por darme la oportunidad de cumplir uno de mis grandes sueños y poder seguir creciendo profesionalmente, siguiendo mis convicciones que con el esfuerzo, pasión y teniendo una visión de largo plazo.

Mi reconocimiento a mis profesores de la universidad por sus sabios consejos recibidos que permitieron la realización de este trabajo, a mi profesor asesor Dr. Alberto Zelada Zegarra quien condujo este trabajo, a mis compañeros por su involucración en mi desarrollo y la empatía que hemos desarrollado

## Tabla de contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	12
<b>1.1. Realidad problemática</b>	<b>12</b>
<b>1.2. Formulación del problema</b>	<b>13</b>
<b>1.3. Objetivos</b>	<b>13</b>
1.3.1. Objetivo General	13
1.3.2. Objetivos específicos	13
<b>1.4. Hipótesis (Supuestos)</b>	<b>14</b>
1.4.1. Hipótesis de trabajo.	14
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	15
CAPÍTULO III RESULTADOS	17
3.1. RESULTADOS EN TABLAS Y GRÁFICOS	17
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES	25

REFERENCIAS	27
ANEXOS	29

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLE .....	14
Tabla 2: PROPORCIONAL DE LA MUESTRA .....	15
Tabla 3: LÍDERES .....	17
Tabla 4; CAPACIDAD DE TRANSMITIR IDEAS, FACILITAR LA PARTICIPACIÓN .....	18
Tabla 5: LA ASOCIACIÓN MEJORA LAS CONDICIONES DE LOS AGRICULTORES ....	19
Tabla 6: CICLOS DEL PRODUCTO .....	20
Tabla 7: PRODUCCIÓN .....	21
Tabla 8: MERCADO .....	22
Tabla 9: DEMANDA.....	23



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

0-1 GRAFICO #1 LÍDERES .....	18
0-2 GRAFICO #2 CAPACIDAD DE TRANSMITIR IDEAS, FACILITAR LA PARTICIPACIÓN.....	19
0-3 GRAFICO # 3 LA ASOCIACIÓN MEJORA LAS CONDICIONES DE LOS AGRICULTORES .	20
0-4 GRAFICO # 4 CICLO DE PRODUCTO .....	21
0-5 GRAFICO # 5 PRODUCCIÓN .....	22
0-6 GRAFICO # 6 MERCADO .....	23
0-7 GRAFICO # 7 DEMANDA.....	24

## RESUMEN

El objetivo de la investigación es diseñar estrategias de comercialización para la asociación de agricultores de Virú, a través del diagnóstico situacional que permita tomar decisiones en las ventas de los productos agrícolas, el problema que tienen la asociación de agricultores es la carencia de un plan estratégico que prevea anticipadamente las eventualidades que provoca pérdida de oportunidades en el mercado. El nivel de competitividad que se les exige a las organizaciones aumenta día a día, constituyéndose en una presión para que la asociación busque alternativas que les permitan aprovechar y maximizar sus recursos. La metodología empleada se enmarcó en un enfoque no experimental, con diseño transversal y un estudio descriptivo; con la modalidad de trabajo cualitativa y cuantitativa. En el estudio se empleó la investigación aplicada con base en la investigación básica. La investigación de campo fue realizada en los agricultores de la provincia de Virú; los métodos empleados fueron el inductivo y el deductivo, identificándose las causas particulares para llegar a las generales. Si bien las ventajas de la asociatividad son evidentes, no deja de plantear algunos desafíos que deben ser asumidos por la organización, como es la comercialización de sus productos, siendo la alternativa más importante el elegir estrategias de acuerdo a las necesidades que tenga y en la posición donde se encuentre la asociación frente a sus competidores.

**PALABRAS CLAVES:** Estrategias de comercialización

## ABSTRACT

The objective of the research is to design marketing strategies for the association of farmers of Virú, through the situational diagnosis that allows to make decisions in the sales of agricultural products, the problem that the association of farmers have is the lack of a strategic plan that anticipates the eventualities that cause loss of opportunities in the market. The level of competitiveness required of organizations increases day by day, constituting a pressure for the association to seek alternatives that allow them to take advantage of and maximize their resources. The methodology used is framed in a non-experimental approach, with a transversal design and a descriptive study; with the modality of qualitative and quantitative work. In the study, applied research based on basic research was used. The field research was carried out in the farmers of the province of Virú; the methods used were the inductive and the deductive, identifying the particular causes to reach the general ones. While the advantages of associativity are evident, it does not fail to pose some challenges that must be assumed by the organization, such as the marketing of its products, being the most important alternative to choose strategies according to the needs that it has and in the position where the association is against its competitors.

Keywords: Marketing strategies

## CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

La agricultura ha sido fuente de ingresos para los agricultores de Virú, que mediante el aprovechamiento de la tierra buscan mejorar sus niveles de vida y la de sus familias.

A pesar de que los agricultores de Virú se ubica en una zona que presenta un tremendo potencial en lo relativo al clima y la existencia de agua para explotar las actividades agrícolas, los resultados no han sido los esperados debido a la falta de comercialización de los productos que se cosechan en esa zona como el tomate, pimiento, pepino, entre otros.

En la actualidad, los agricultores únicamente se dedica a la venta a intermediarios, para qué éstos a su vez comercialicen los productos agrícolas producidos por ellos, que aún no cuentan con herramientas claras, transparentes y participativas en lo relativo a la distribución y comercialización.

Los Agricultores de Virú inició sus actividades como organización en el año 2010 con 48 socios, con el objetivo de mejorar la situación en sus actividades, tales como: Obtener los insumos, el capital y las herramientas que vayan acordes al trabajo que realizan.

Lastimosamente los socios no tienen un conocimiento sobre comercialización, enfocan sus esfuerzos a procurar un orden basado más en las necesidades y buenas intenciones, no así en una base empresarial que les permita mejores resultados con una maximización de recursos; sumado a todo ello, la falta de programas de capacitación de mercadeo como herramienta fundamental para conseguir que se cumplan los objetivos propuestos en un emprendimiento agrícola, la casi nula innovación de su actividad productiva, ya que, participar en los mercados dinámicos de alto valor implica poner atención a los temas de calidad y diferenciación del producto y cumplir estándares que exige el mercado.

Además aunado a la falta de capital para trabajar, falta de equipo de transporte para realizar la distribución y la carencia de capital de trabajo para el otorgamiento de créditos para insumos por temporada a sus socios productores, circunstancia que junto a lo anterior limita la actividad económica que desarrollan.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuáles serán las estrategias de comercialización de los productos agrícolas que permita a los agricultores de Virú, Trujillo 2018 ser competitivos?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar que estrategias de comercialización de los agricultores de Virú, a través del diagnóstico situacional que permita tomar decisiones en las ventas de los productos agrícolas.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Analizar los modelos teóricos que orienten el trabajo de investigación
- Determinar la situación actual de los de agricultores de Virú.
- Establecer las estrategias de comercialización para agricultores de Virú, sea competitiva en el mercado.

## 1.4. Hipótesis (Supuestos)

### 1.4.1. Hipótesis de trabajo.

Con el diseño de estrategias de comercialización de los productos agrícolas, se logrará mejorar la gestión empresarial de los agricultores de Virú, Trujillo 2018.

**Tabla 1: DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLE**

Variables I.	Variables Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Diseño de estrategias de comercialización	Las estrategias comerciales son las actividades que tratan de cumplir los objetivos de la asociación, previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades	Comercialización	Demanda	¿Sabe usted cuáles son los cambios que se debe implementar para adaptarse a las demandas del mercado?	Encuesta Entrevista Guía de Observación
			Mercado	¿Usted ha identificado mercado que podría aprovechar y a los que no tiene acceso?	
		Asociación	Líderes	¿Existen líderes que son reconocidos por quienes se dedican a esta actividad? ¿Cree usted que los líderes tienen capacidades para la solución de conflictos?	
			Mejorar las condiciones de los agricultores	¿Considera usted que al asociarse los productores, mejoraron las condiciones de los pequeños agricultores?	
		Productos	Ciclo del producto	¿El producto que usted ofrece es de ciclo corto o ciclo largo?	
			Producción	¿De los productos con mayor producción, cuánto produce usted y cada qué tiempo?	

Elaboración Propia

## CAPÍTULO II METODOLOGÍA

### Tipo de investigación:

El tipo de investigación es correlacional, así como lo determina Hernández (2003) que La investigación correlacional, es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular). Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones).

### Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental/transversal

Según Fernández (2010) lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. Además se han recolectado los datos en un sólo momento, en un tiempo único por lo que es transversal

### Población y muestra:

Tamayo y Tamayo, (1997), “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”(P.114).

La población sujeta a estudio está conformada por 48 agricultores de Virú.

La muestra es una muestra no probabilística de acuerdo al interés del investigador, conformada por 48 agricultores de Virú.

**Tabla 2: PROPORCIONAL DE LA MUESTRA**

DESCRIPCION	NUMERO DESUJETOS	TOTAL
Productores agrícolas	40	40
Miembros Directiva	4	4
Mercado: Virú	4	4
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>48</b>

Elaboración propia

### **Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos:**

**Cuestionario.-** Se aplicó el cuestionario en la técnica de la encuesta que fue dirigida a los integrantes de la asociación de agricultores, las preguntas se estructuraron de la siguiente manera:

Preguntas cerradas; Con posibilidades de respuestas, las mismas que fueron biopcionales y poli opcionales.

Biopcionales: La posibilidad de seleccionar entre dos alternativas de respuesta Poliopcionales; Se propone más de dos opciones de respuesta, siendo estas de simple selección y de selección múltiple.

Poliopcionales de selección simple, Se establecieron más de dos opciones de respuesta; el encuestado eligió una respuesta.

Poliopcionales de selección múltiple: Se proporcionó más de dos alternativas de respuestas.

### **Procedimiento:**

Los Cuestionarios.- Se elaboraron de acuerdo a las dimensiones de las bases teóricas de la variable y la Operacionalización de variables, donde se puede apreciar de forma sintética.

Los pasos que sirvieron para elaborar el cuestionario fueron los siguientes:

1. Seleccionar la muestra de la población de la institución, detallado en nuestro Marco Metodológico, Población y Muestra.
2. Listar la variable y dimensiones que se pretender medir.
3. Revisar la definición conceptual y comprender significado.
4. Elaborar la Operacionalización para cada variable.
5. Realizar las preguntas de acuerdo a sus indicadores de cada Dimensión
6. Seleccionar el instrumento de medición.
7. Ir al campo y aplicar el formato de cuestionario a los colaboradores de la empresa.
8. Recolectar los datos obtenidos del cuestionario.
9. Llegar a la conclusión y poder determinar sobre la mejora de la comercialización de productos agrícolas de los agricultores de Virú, Trujillo 2018

### **Análisis estadístico e interpretación de datos**



Para el análisis se aplicó la Escala de Likert, escala que estuvo centrada en los sujetos de estudio en el cual se elaboraron items, donde cada item ofreció una serie de alternativas en forma graduada, las respuestas fueron indicadas mediante números y letras.

La escala de Likert fue construida mediante dimensiones por las variables en estudio con un enfoque racional deductivo.

Excel para la presentación de los resultados.

## CAPÍTULO III RESULTADOS

En este capítulo se constituye la presentación y análisis de los resultados en tablas y figuras.

### 3.1. Resultados en Tablas y Gráficos

A continuación se presenta el análisis descriptivo de aspectos generales de los pobladores como asociación, productos y comercialización, mediante tablas y gráficos de frecuencia y porcentual.

#### AGRICULTORES

#### ASOCIACIÓN

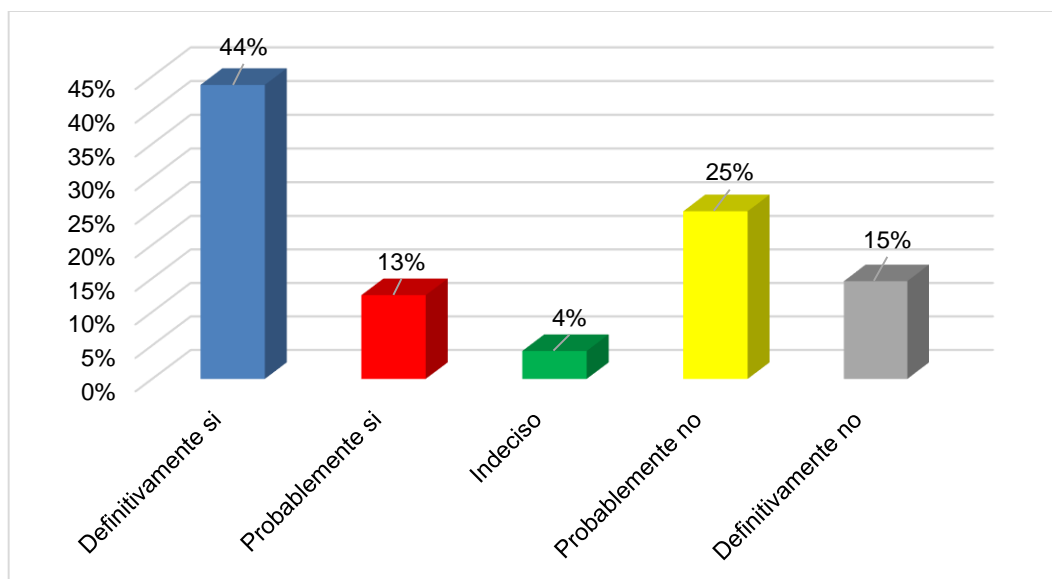
Pregunta # 1 ¿Cree usted que existen líderes que son reconocidos por quienes se dedican a esta actividad?

**Tabla 3: LÍDERES**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente si	21.00	44%
Probablemente si	6.00	13%
Indeciso	2.00	4%
Probablemente no	12.00	25%
Definitivamente no	7.00	15%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Elaboración Propia

**0-1 GRAFICO #1 LÍDERES**



Fuente: Agricultores de Virú

Elaboración Propia

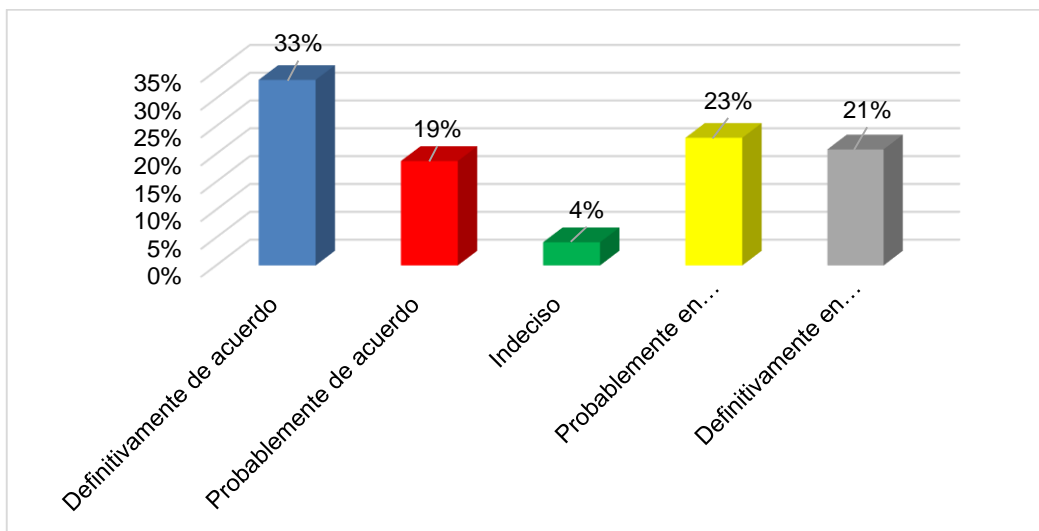
**Análisis:** Como se puede apreciar en el grafico el 44% de los agricultores indican que definitivamente si hay personas que se dedican a esta actividad agrícola, y que son reconocidos por motivar a los demás en la realización de acciones conjunta, el 15% expresa que definitivamente no hay en la comunidad personas que lideren el mejoramiento agrícola, se deduce que en Virú existen agricultores que son líderes y pueden ayudar para que la asociación tenga éxitos en sus objetivos planteados.

Pregunta # 2 ¿Cree usted que los líderes tienen capacidades para transmitir sus ideas, facilitar la participación, motivar y apoyar a la solución de conflictos?

**Tabla 4; CAPACIDAD DE TRANSMITIR IDEAS, FACILITAR LA PARTICIPACIÓN**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente de acuerdo	16.00	33%
Probablemente de acuerdo	9.00	19%
Indeciso	2.00	4%
Probablemente en desacuerdo	11.00	23%
Definitivamente en desacuerdo	10.00	21%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

**0-2 GRAFICO # 2 CAPACIDAD DE TRANSMITIR IDEAS, FACILITAR LA PARTICIPACIÓN**



Fuente: Agricultores de Virú

Elaboración Propia

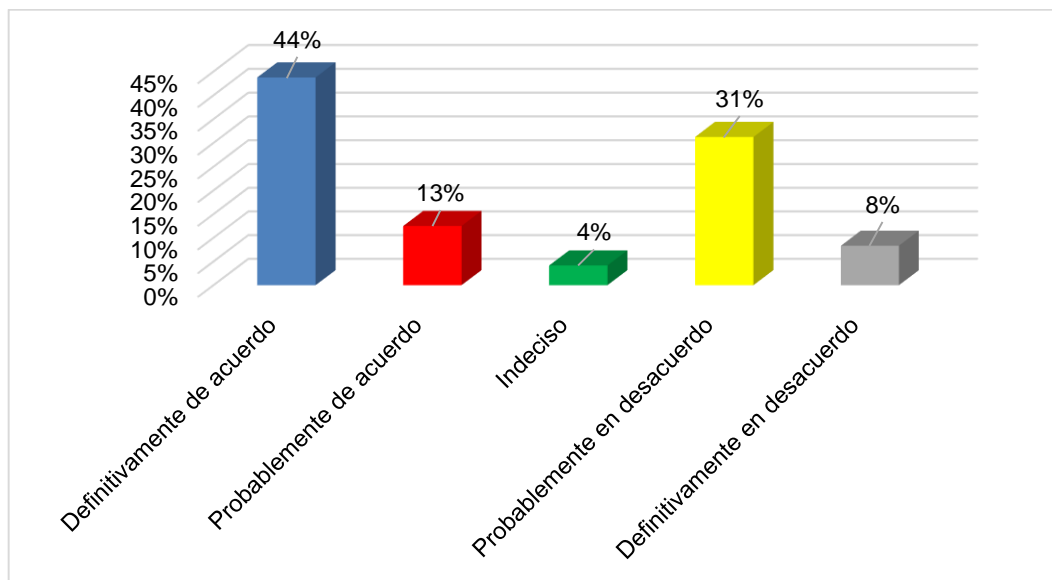
**Análisis:** Por lo general se reconoce la figura de un líder por ser quien va a la cabeza, sobre sus hombros tiene la responsabilidad de llevar adelante todo género de proyectos, distinguiéndose por ser una persona emprendedora y con iniciativa, con la habilidad de saber transmitir sus pensamientos a los demás, comprensión de las personas y la desarrollada capacidad de conjuntar equipos de trabajo eficientes. El 33% cree que definitivamente los líderes tienen capacidades para transmitir sus ideas, facilitar la participación, motivar y apoyar a la solución de conflictos, teniendo así un nivel de indecisión del 4%, el 23% indica que probablemente en desacuerdo, mientras que el 21% se encuentran en desacuerdo.

Pregunta # 3 ¿Considera usted que al asociarse los productores, mejoraron las condiciones de los agricultores?

**Tabla 5: LA ASOCIACIÓN MEJORA LAS CONDICIONES DE LOS AGRICULTORES**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente de acuerdo	21.00	44%
Probablemente de acuerdo	6.00	13%
Indeciso	2.00	4%
Probablemente en desacuerdo	15.00	31%
Definitivamente en desacuerdo	4.00	8%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

### 0-3 GRAFICO # 3 LA ASOCIACIÓN MEJORA LAS CONDICIONES DE LOS AGRICULTORES



Fuente: Agricultores de Virú

Elaboración Propia

**Análisis:** Se puede apreciar que el 44% y 13% respectivamente de los agricultores tienen la percepción de que al asociarse hubo mayor beneficio, con un nivel de indecisión del 4%, el 31% indicó que se pierden mayores beneficios al asociarse, con un definitivamente 8% en desacuerdo. Los agricultores dentro de la organización obtuvieron mayores beneficios para sus asociados como asistencia y capacitación técnica, lamentablemente no han accedido a mejorar los procesos de comercialización por falta de visión de sus asociados.

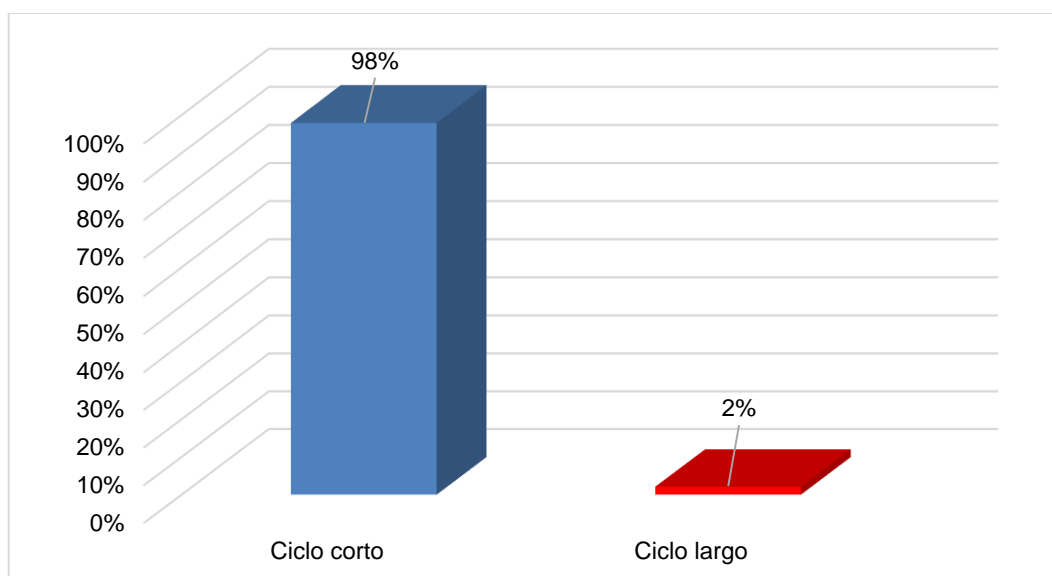
## PRODUCTOS

Pregunta # 4.- ¿El producto que usted ofrece es de ciclo corto o ciclo largo?

**Tabla 6: CICLOS DEL PRODUCTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ciclo corto	47.00	98%
ciclo largo	1.00	2%
<b>TOTAL</b>	48	100%

#### 0-4 GRAFICO # 4 CICLO DE PRODUCTO



Fuente: Agricultores de Virú

Elaboración Propia

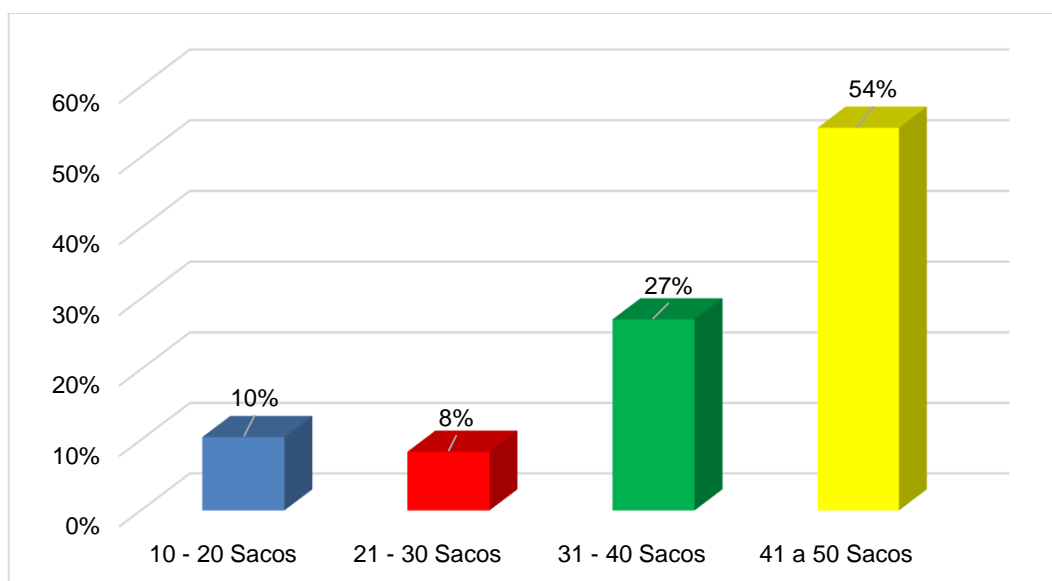
**Análisis:** El producto que ofrecen los agricultores es de ciclo corto, apenas el 2% manifiesta que es de ciclo largo, los meses de siembra y cosecha respectivamente son de Diciembre a Febrero donde el clima es propicio para ello, pero a partir de Abril en adelante donde existe presencia de fuertes lloviznas y bajas temperaturas se abstienen de sembrar ya que los productos se descomponen y se llenan de gusanos.

Pregunta # 5- ¿De los productos con mayor producción, cuánto produce usted y cada qué tiempo?

**Tabla 7: PRODUCCIÓN**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 20 Sacos	5.00	10%
21 - 30 Sacos	4.00	8%
31 - 40 Sacos	13.00	27%
41 a 50 Sacos	26.00	54%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

### 0-5 GRAFICO # 5 PRODUCCIÓN



Fuente: Agricultores de Virú

Elaboración Propia

**Análisis:** Los agricultores de Virú destacan frijol como principal producto de producción por su facilidad de siembra y gran demanda en el mercado, manifiesta el 54% que produce entre 41 - 50 Sacos, el 27% expresan que producen entre 31 - 40 Sacos; es una cantidad representativa para la comercialización.

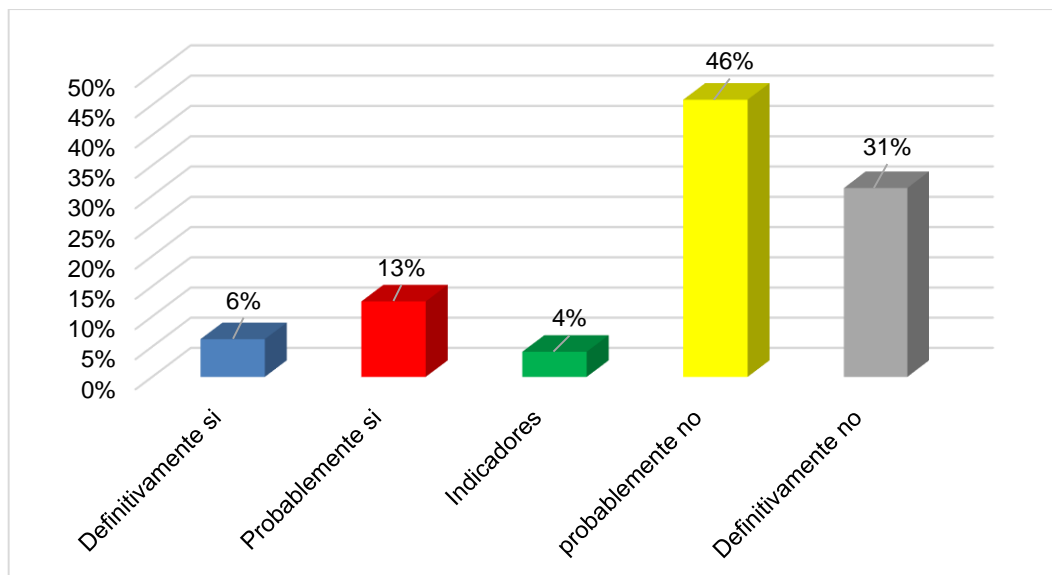
## COMERCIALIZACIÓN

Pregunta # 6.- ¿Usted cuenta con los medios económicos para transportar sus productos y comercializarlos?

**Tabla 8: MERCADO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente si	3.00	6%
Probablemente si	6.00	13%
Indicadores	2.00	4%
probablemente no	22.00	46%
Definitivamente no	15.00	31%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

0-6 GRAFICO # 6 MERCADO



Fuente: Agricultores de Virú

Elaboración Propia

**Análisis:** El 46% de los agricultores encuestados manifestó que probablemente no cuentan con el dinero suficiente para comercializar el producto, el 31% indicó que definitivamente no tiene el dinero para transportarlo. Solo el 6% expresó que definitivamente sí posee el dinero para vender sus productos agrícolas.

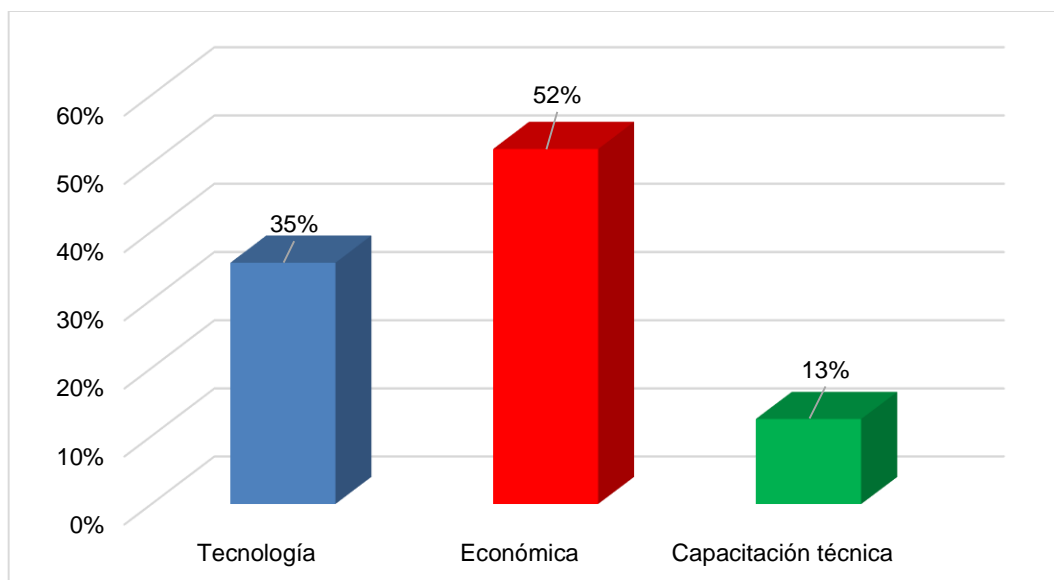
Acceder a nuevos mercados, tiene gran importancia, pero así también existe en los mercados en que operan pequeños productores altos costos de transacción, como el transporte.

Pregunta # 7- ¿Considera usted que los agricultores de ésta zona necesitan recursos tecnológicos, económicos, capacitación técnica u otros para mejorar su actividad?

Tabla 9: DEMANDA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tecnología	17.00	35%
Económica	25.00	52%
Capacitación técnica	6.00	13%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

**0-7 GRAFICO # 7 DEMANDA**



Fuente: Agricultores de Virú

Elaboración Propia

**Análisis:** Se puede observar en el gráfico que el 52% de los agricultores consideran que el recurso más importante que necesitan para mejorar su actividad es el económico, seguido con el tecnológico con un 35%. Solo un 13% establece que necesitan de capacitación técnica. Los agricultores están conscientes de cuáles son los cambios que se deben implementar para adaptarse a las demandas del mercado, entre ellos también se encuentra el impedimento físico que se relaciona con falta de carreteras, que hacen costoso el traslado de productos, créditos para invertir en la producción y en la comercialización, entre otros.



## CAPÍTULO IV CONCLUSIONES

Si bien las ventajas de la asociatividad son evidentes, no deja de plantear algunos desafíos que deben ser asumidos por la organización. Una de las mayores limitaciones con que se encuentra la asociación de agricultores de Virú, es la comercialización de sus productos, en gran medida causada por la falta de conocimiento adecuado acerca de la demanda de los mismos pero también por desconocimiento de los criterios que rigen los procesos de intercambio.

- ✓ La asociación de agricultores no cuenta con estrategias de comercialización, por lo tanto no tiene ventajas competitivas, desconoce las técnicas de comercialización y el mercado a dónde quiere llegar para vender sus productos.
- ✓ Los integrantes de la asociación no cuentan con un instrumento que contribuya a mejorar la competitividad y a obtener una mejor rentabilidad, dentro de un mercado accesible a las ventas, que motive y satisfaga la demanda.

**OBJETIVO 01:** Analizar los modelos teóricos que orienten el trabajo de investigación

Capacitar a los pequeños productores en el fortalecimiento de las capacidades administrativas, técnicas de mercadeo y servicio al cliente con el objeto de incluir nuevos mecanismos de comercialización y prácticas o modelos organizativos.

**OBJETIVO 02:** Determinar la situación actual de los de agricultores de Virú.

Elegir estrategias de acuerdo a las necesidades que tenga y en la posición donde se encuentre la asociación frente a sus competidores, conociendo sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Las estrategias deben ajustarse a los cambios que se dan en el mercado, ser diferentes, mejores e innovadoras que las de su competencia.

**OBJETIVO 03:** Establecer las estrategias de comercialización para agricultores de Virú, sea competitiva en el mercado.

Formular un plan estratégico con el fin de que la asociación sea competitiva planteando metas a largo plazo y estrategias comerciales de una forma coherente; todos los integrantes de una organización deben ser eficientes en sus actividades, conjuntamente satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

## REFERENCIAS

Elaborar las referencias de acuerdo con la norma de estilos APA versión 6. Puede hacer uso de gestores de referencia como Zotero, EndNote, Refworks para el manejo del tema de citas y referencias<sup>1</sup>. Tener en cuenta que todo lo citado en el texto debe incluirse en las referencias y todas las referencias deben corresponder a una cita en el texto. Su sugiere la visualización de este video tutorial,

[http://flash1r.apa.org/apastyle/basics/index.htm?\\_ga=2.39009312.2003728255.1497982156-1005151526.1497982156](http://flash1r.apa.org/apastyle/basics/index.htm?_ga=2.39009312.2003728255.1497982156-1005151526.1497982156) en la sección *citing reference y the reference list*

ARAYA CHAVES, B. Cascante Prada, M. 2005. Manejo Postcosecha de Productos Agrícolas, ed. Universidad Estatal a Distancia. Costa Rica.

ANGELES, MUNCH, Métodos y Técnicas de Investigación, Trillas Editores, Segunda Edición.

BERASTAIN Luis (2009) Aprender a innovar en una PYME Editorial Cidel, España

BUSTAMANTE Peña Waldo, (2005) Apuntes de Mercadotecnia para la Microempresa Rural, PROMER, Chile.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES AÑO 2011

CHAIN SAPAG; Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta Edición

FERREL, HARTLINE, LUCA; (2006) Estrategia de Marketing, Thomson Editores, Segunda Edición.

FUNDACIÓN HOGARES JUVENILES CAMPESINAS, (2008) Desarrollo Endógeno Agropecuario-Administración Rural, impreso por printer Colombiana, Carrera Bogotá DC Colombia

GOODSTEIN D. LEONARD, Nolan M. Timothy, Pfeiffer William J. (2006) “Planeación Estratégica Aplicada” Primera Edición, Mc Graw Hill.

GÓMEZ CEJA Guillermo (2007) “Planeación y Organización de Empresa” 8ª Edición.

GARCÍA Pascual Francisco, Enero 2006 El sector agrario del Ecuador: incertidumbres (riesgos) ante la globalización, Revista de Ciencias Sociales. Num. 24, Quito, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador. Quito.

HORNGREEN, FOSTER Y DATAR, (2005) Contabilidad de Costos, Prentice – Hall Hispanoamericana S.A. octava edición México.

JUNKIN Ruth, 2005 Organización Empresarial de Pequeños Productores y Productoras, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, CATIE, Costa Rica

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, (2007) Mercadotecnia, Prentice- Hall, Hispanoamérica.

LINCO YÁN PORTUS GOVINDEN, (2008) Matemáticas Financiera, Quinta edición, McGraw Hill.

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA 2009

PLAN DEL BUEN VIVIR

CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIA, AUTONOMIA Y  
DESCENTRALIZACION, COOTAD

LEÓN, Carlos 2007 Gestión empresarial para los agronegocios, Departamento De Ciencias Empresariales De La Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Usat, Chiclayo.

MICHAEL E. Porter (2005) “Estrategia Competitiva”, Editorial Continental

MICHAEL E. Porter. (2005) “Ventaja Competitiva”.

MICHEL, Porter (2006) Administración Estratégica, Thomson Editores, Tercera Edición

MALHOTRA, Nareshk, (2007) Investigación de Mercados, un enfoque aplicado, Editorial Person, Nueva York.

TALLER DE PLAN ESTRATÉGICO participativo de la comuna Loma Alta, Escuela Superior Politécnica del Litoral 2006

**TRUJILLO DEL CASTILLO José Israel (2009) Estados Financieros y Libros de Contabilidad para Microempresas Editorial Granica**

ZAPATA GOMEZ. (2007) Contabilidad de costos Tercera edición

#### **WEBSITES**

[http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Marketing/marketing.htm#\\_Toc55619](http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Marketing/marketing.htm#_Toc55619)

## ANEXOS

### ENCUESTA REALIZADA A LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACION DE AGRICULTORES DE VIRÚ, TRUJILLO.

1.- ¿Cree usted que existen líderes que son reconocidos por quienes se dedican a esta actividad?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

2.- ¿Cree usted que los líderes tienen capacidades para transmitir sus ideas, facilitar la  
participación, motivar y apoyar a la solución de conflictos?

Definitivamente de acuerdo

Probablemente de acuerdo

Indeciso

Probablemente en desacuerdo

Definitivamente en desacuerdo

3.- ¿Considera usted que al asociarse los productores, mejoraron las condiciones de los agricultores?

Definitivamente de acuerdo

Probablemente de acuerdo

Indeciso

Probablemente en desacuerdo

Definitivamente en desacuerdo

4.- ¿El producto que usted ofrece es de ciclo corto o ciclo largo?

Ciclo corto

Ciclo largo

5.- ¿De los productos con mayor producción, cuánto produce usted y cada qué tiempo?

10 - 20 Sacos c/10 días

21 - 30 Sacos c/10 días

31 - 40 Sacos c/10 días

41 - 50 Sacos c/10 días

6.- ¿Usted cuenta con los medios económicos para transportar sus productos y comercializarlos?

Definitivamente de acuerdo

Probablemente de acuerdo

Indeciso

Probablemente en desacuerdo

Definitivamente en desacuerdo

7.- ¿Considera usted que los agricultores de ésta zona necesitan recursos tecnológicos, económicos, capacitación técnica u otros para mejorar su actividad?

Tecnológico

Económico

Capacitación técnica

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES DE VIRÚ .

**Objetivo:** Determinar las condiciones en que se encuentran los pequeños agricultores de la zona en cuanto a la producción y comercialización de los productos agrícolas.

- 1.- ¿Cuál es el principal producto que se produce en la zona?
- 2.- ¿Cuál es el mercado que la asociación ha identificado para vender sus productos?
- 3.- ¿Cuál es el costo de producción?
- 4.- ¿De qué manera la asociación comercializa los productos?
- 5.- ¿Cómo asociación, ustedes hacen la gestión para que sus socios se capaciten en técnicas de comercialización y de producción?

ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS QUE LABORAN EN EL MERCADO DONDE SE VENDEN LOS PRODUCTOS QUE SE PRODUCEN EN ESTE SECTOR.

- 1.- ¿Considera usted que existen las facilidades para el acceso al mercado de los pequeños agricultores?
- 2.- ¿Cuáles son las características de los mercados para los pequeños agricultores?
- 3.- ¿Cuáles creen ustedes que deberían ser las estrategias de comercialización para los pequeños agricultores?

22/02/2019



RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE REVISIÓN SISTEMÁTICA

Título de la Investigación: “REVISIÓN SISTEMÁTICA DE ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS DE LOS AGRICULTORES DE VIRU, TRUJILLO 2018”							
Nombres y apellidos del evaluador : Dr. Alberto Zelada Zegarra							
Sede: Trujillo		Carrera: Administración y Gestión Comercial			Facultad: NEGOCIOS		
<b>CONDICIONES OBLIGATORIAS</b>							
Coherencia		Los resultados, discusión y conclusiones responde a la pregunta y objetivo de la investigación				Si	
Consistencia		Cada una de las secciones del trabajo de investigación están debidamente sustentadas				Si	
Informe de similitud		Tiene 0% de similitud después de eliminar falsos positivos					No
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>							
Sección		Ítem	Reportado en la página #	Puntaje			
				Bien desarrollado	Parcialmente	No lo presenta	Puntaje obtenido
Título	Título	Identifica el reporte como una revisión sistemática.					0,5
Resumen	Resumen	Proporciona en 200 palabras: antecedentes; objetivos; fuentes de datos; criterios de elegibilidad, objeto de estudio; métodos de evaluación y síntesis del estudio; resultados; limitaciones; conclusiones.					1
Introducción	Justificación	Describe la justificación de la revisión en el contexto de lo que ya se conoce.					1
Introducción	Objetivos	Proporciona una declaración explícita de las preguntas que se están tratando con referencia al objeto de estudio.					1
Metodología	Criterios de elegibilidad	Especifica las características de los estudios considerados (por ejemplo, los estudios que miden la empleabilidad de los universitarios) y las características del informe (por ejemplo, los años considerados, el idioma y el estado de publicación).					0.5
Metodología	Recursos de información	Describe las bibliotecas virtuales consultadas para el estudio, por ejemplo: Ebsco, Redalyc, Google Académico, etc.					0

Código: COR-F-REC-VAC-05.05  
1 de 2

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C.

Vigencia: 06/06/2018  
Versión: 01



22/02/2019

Metodología	Búsqueda	Presenta la estrategia de búsqueda utilizada, por ejemplo palabras claves, limitadores utilizados (por ejemplo, periodo, tipos de documentos, idioma, etc.) de tal forma que pueda replicarse el estudio.					0,25
Metodología	Selección de estudios	Indica los criterios por los que descartó o incluyó estudios (por ejemplo, del total del resultado de la búsqueda se descartaron 5 porque no tenían instrumentos de medición de empleabilidad).					0,5
Metodología	Proceso de recopilación de datos	Describe el método de extracción de datos de los estudios (por ejemplo, en tablas que describen los estudios con campos como: año de publicación, revista, país, institución, tipo de estudio, etc.) y cualquier proceso para obtener y confirmar los datos de los estudios.					1
Resultados	Selección del estudio	Proporciona el número de estudios examinados, evaluados por elegibilidad e incluidos en la revisión, con razones para las exclusiones en cada etapa, idealmente con un <u>diagrama de flujo</u> .					1
Resultados	Características de los estudios	Para cada estudio, presenta las características para las que se extrajeron los datos (por ejemplo, año de publicación, revista, país, institución, tipo de estudio, etc.).					1
Resultados	Análisis global de los estudios	Presenta las características de los estudios de manera globalizada (por ejemplo, porcentaje de estudios por año de publicación, por tipos, por temas abordados, etc.).					1
Discusión	Resumen de los resultados	Resume los principales hallazgos, incluyendo la fuerza de la evidencia para cada resultado principal; considera su relevancia para el objeto de estudio.					3
Discusión	Limitaciones	Discute las limitaciones en el estudio y el nivel de resultado (p. Ej., Riesgo de sesgo) ya nivel de revisión (por ejemplo, recuperación incompleta de la investigación identificada, sesgo de notificación).					1
Discusión	Conclusiones	Proporcionar una interpretación general de los resultados, responde la pregunta de la investigación, y las implicaciones para la investigación futura.					2
Puntaje total							15

Ing. Luigi Cabos Villa  
COORDINADOR AGACÉMICO ÁREA NEGOCIOS IVA  
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Adaptado de: Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG, The PRISMA Group (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. PLoS Med 6(7): e1000097. doi:10.1371/journal.pmed1000097