

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

**Innovación y responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras
de quinua en el distrito de Chiara**

Presentado por:

Tony Tineo Cahuana

Juan Moises Sulca Nuñez

Asesor:

Mg. Elvis Raúl Huaihua Flores

Ayacucho – Perú

2023

DEDICATORIA

A mis padres: Catalina y Teodosio, por su gran apoyo para el logro de mis objetivos académicos. A mis hermanos y familiares: Mariela, Julio César, Dianeth, Cristian, Jheny y Sabith por mostrarme el camino a la superación y permitirme aprender más de la vida a sus lados. Esto es posible gracias a ustedes

Tony

A mis padres por ser el motor y motivo de todo lo que he logrado hasta hoy en día, a mi hermano Danny que ahora me guía desde el cielo y por fin pueda decir promesa cumplida.

Juan Moisés

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, institución líder en la formación de profesionales y promotor del desarrollo de la región Ayacucho.

A la plana de docentes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables y en especial a nuestros maestros de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, quienes a través de su dedicación en las aulas formaron nuestras competencias.

Un sincero agradecimiento al docente Elvis Raúl Huaihua Flores, asesor del presente trabajo de investigación.

RESUMEN

La innovación en el sector agrario se encuentra presente en todos los eslabones de la cadena productiva de la quinua; es decir desde la provisión de semillas, la producción agrícola, hasta la distribución y el acceso a mercados locales e internacionales con el fin de lograr la sostenibilidad a través de un aumento de las ventas, mejorar la calidad de vida de los agricultores y el cuidado del medio ambiente que lo rodea.

La presente investigación buscó Analizar la relación de la innovación y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, durante el periodo 2021-2022. Para ello se determinó si la innovación en el producto, proceso, marketing y organización se relacionan con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de las organizaciones productoras de quinua, para luego proponer acciones de mejora en la cadena productiva. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, de nivel descriptivo-relacional y diseño no experimental-transversal; se investigó a 52 organizaciones entre asociaciones, empresas y cooperativas agrarias productoras de quinua, ubicadas en el distrito de Chiara, para ello se aplicó encuestas dirigidas a los representantes de cada organización. Para contrastar la hipótesis se realizó la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, obteniendo un índice de p-valor (0.000) menor a 0.05 y $\rho = 0.508$, expresando una correlación significativa, positiva y moderada entre las variables. Finalmente se concluye que existe relación significativa entre la innovación y la Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.

Palabras clave: innovación, sostenibilidad, responsabilidad social empresarial, cadena productiva.

ABSTRACT

Innovation in the agricultural sector is present in all the links of the quinoa production chain; that is, from the provision of seeds, agricultural production, to distribution and access to local and international markets in order to achieve sustainability through increased sales, improving the quality of life of farmers and care of the surrounding environment.

This research sought to analyze the relationship between innovation and corporate social responsibility in the organizations that produce quinoa in the district of Chiara, during the period 2021-2022. For this, it was determined if the innovation in the product, process, marketing and organization are related to the Corporate Social Responsibility (CSR) of the quinoa-producing organizations, in order to then propose improvement actions in the productive chain. The research approach was quantitative, descriptive-relational and non-experimental-transversal design; 52 organizations between associations, companies and agricultural cooperatives producing quinoa, located in the district of Chiara, were investigated, for which surveys were applied to the representatives of each organization. To test the hypothesis, the non-parametric Spearman correlation test was performed, obtaining a p-value index (0.000) less than 0.05 and $\rho = 0.508$, expressing a significant, positive and moderate correlation between the variables. Finally, it is concluded that there is a significant relationship between innovation and Corporate Social Responsibility in quinoa-producing organizations in the Chiara district.

Keywords: innovation, sustainability, corporate social responsibility, production chain.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN.....	11
I. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	15
1.1. Marco histórico.....	15
1.1.1. Evolución histórica de la innovación agrícola.....	15
1.1.2. Evolución histórica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	17
1.2. Sistema teórico.....	20
1.2.1. Innovación.....	20
1.2.2. Responsabilidad Social Empresarial.....	28
1.3. Marco referencial.....	34
1.4. Marco conceptual.....	42
II. MATERIALES Y MÉTODOS.....	46
2.1. Tipo y nivel de investigación.....	46
2.2. Método.....	47
2.3. Población y muestra.....	47
2.4. Fuentes de información.....	48
2.5. Diseño de investigación.....	49
2.6. Técnicas e instrumentos.....	49
2.6.1. Técnicas.....	49
2.6.2. Tipo de instrumentos.....	50

2.6.3.	Fiabilidad del instrumento de medición.....	51
2.6.4.	Validez del instrumento de medición	52
2.7.	Análisis e interpretación de los resultados	54
2.7.1.	Análisis descriptivo.....	54
2.7.2.	Análisis Inferencial	54
III.	RESULTADOS	55
3.1	Resultados a nivel descriptivo	55
3.2	Resultados a nivel correlacional	83
3.3	Acciones de mejora.....	89
IV.	DISCUSIÓN.....	97
	CONCLUSIONES.....	100
	RECOMENDACIONES	101
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
	ANEXO	106

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Responsabilidad Social Empresarial.....	29
Tabla 2	Indicadores por categoría de innovación	43
Tabla 3	Indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	44
Tabla 4	Población de estudio	48
Tabla 5	Resultado del alfa de Cronbach: Variable innovación	52

Tabla 6 Resultado del alfa de Cronbach: Responsabilidad Social Empresarial	52
Tabla 7 Resultado de la validez de constructo para las dimensiones de la variable innovación	53
Tabla 8 Resultado de la validez de constructo para las dimensiones de la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	53
Tabla 9 Edad de los encuestados por tipo de organización	56
Tabla 10 Años de operación y número de socios por tipo de organización	56
Tabla 11 Cargo en la organización según sexo.....	57
Tabla 12 Rendimiento de la quinua por variedad y tipo de organización.....	60
Tabla 13 Creación de nuevos productos	61
Tabla 14 Incorporación de semillas mejoradas.....	61
Tabla 15 Certificaciones de sistemas de calidad.....	63
Tabla 16 Cumplimiento de la normatividad	63
Tabla 17 Incorporación de nuevas técnicas de sembrío.....	64
Tabla 18 Incorporación de nuevas técnicas de cosecha.....	65
Tabla 19 Incorporación de nuevas técnicas de post cosecha	66
Tabla 20 Uso de nuevas maquinarias y equipos	66
Tabla 21 Almacenamiento de productos	67
Tabla 22 Mejoras en el diseño de la marca.....	68
Tabla 23 Desarrollo del empaque o envase	68
Tabla 24 Desarrollo del embalaje	69
Tabla 25 Políticas de precio.....	70
Tabla 26 Promoción del producto.....	71
Tabla 27 Nuevos canales de venta.....	71
Tabla 28 Estilos de la organización del trabajo	72

Tabla 29 Formación del personal que labora.....	73
Tabla 30 Manejo de proveedores.....	74
Tabla 31 Aumento de los beneficios.....	75
Tabla 32 Variación del rendimiento del cultivo	76
Tabla 33 Reducción de los costos.....	76
Tabla 34 Salud y seguridad laboral	77
Tabla 35 Igualdad de oportunidades.....	78
Tabla 36 Participación de profesionales en las actividades	78
Tabla 37 Participación en actividades sociales	79
Tabla 38 Gestión del agua utilizada.....	80
Tabla 39 Gestión de la energía eléctrica utilizada	80
Tabla 40 Materiales e insumos utilizados.....	81
Tabla 41 Gestión de los residuos sólidos.....	82
Tabla 42 Pruebas de normalidad para las variables de estudio.....	83
Tabla 43 Correlación para la hipótesis general.....	85
Tabla 44 Correlación para la primera hipótesis específica	86
Tabla 45 Correlación para la segunda hipótesis específica.....	87
Tabla 46 Correlación para la tercera hipótesis específica.....	88
Tabla 47 Correlación para la cuarta hipótesis específica.....	89
Tabla 48 Cálculo del alfa de Cronbach para la variable innovación	116
Tabla 49 Cálculo del alfa de Cronbach para la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	117

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Tipos de innovación	26
Figura 2 Modelo de la Triple Cuenta de Resultados (Triple Bottom Line).....	31
Figura 3 La pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa	32
Figura 4 Tipos de innovación	42
Figura 5 Modelo relacional entre la innovación y la RSE.....	45
Figura 6 Edad de los encuestados.....	55
Figura 7 Número de hectáreas sembradas por tipo de organización	58
Figura 8 Número de hectáreas cosechadas por tipo de organización	59
Figura 9 Etapas del design thinking	90
Figura 10 Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación de producto”	93
Figura 11 Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación de proceso”	94
Figura 12 Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación en marketing”	95
Figura 13 Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación organizacional”	96

INTRODUCCIÓN

La innovación agrícola es un proceso que las organizaciones agro productivas introducen en sus actividades el uso de productos, procesos y formas de organización existentes o nuevos con el fin de aumentar la eficacia, la competitividad o la sostenibilidad empresarial, contribuyendo a mejorar la seguridad alimentaria y el desarrollo económico de las familias que la componen. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2018)

Tomando como referencia el Manual de Oslo (2018) que establece cuatro tipos de innovaciones: producto, proceso, marketing y organización. Frente a ello, también se busca innovaciones en la previsión de enfermedades y control de plagas, la sustitución de la actividad agrícola tradicional a una agricultura intensiva, introducción de tecnologías en los procesos productivos del sector primario , aplicaciones de la biotecnologías para aumentar el rendimiento de los cultivos agrícolas y disminuir los costos a través de la disminución en el uso de fertilizantes y agroquímicos en general, las buenas prácticas y nuevas tecnologías de riego y drenaje, el desarrollo de los biocombustibles que utilizan como materia prima los residuos y desechos agrícolas, los cultivos sembrados y la vegetación silvestre (Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva en Argentina, s/f). En el caso de innovaciones en la organización se orientan al mejoramiento de la infraestructura física y el manejo de personal en la unidad productiva u organización, incluyendo además una serie de estrategias que permitan el adecuado abastecimiento de insumos, la eficiente entrega de los productos, las negociaciones y relaciones comerciales en la venta de los productos agrícolas (Rugeleset al., 2013). Por último, la innovación agrícola en marketing permitirá que todos los esfuerzos realizados por las organizaciones logren los objetivos económicos para la sustentabilidad de los productores y el mayor acceso a alimentos saludables para la

población. Algunos ejemplos de acciones en el campo de la innovación agrícola en marketing están dirigidas a mejorar los métodos para, empacar, manipular, transportar, almacenar distribuir y comercializar productos agrícolas, además estrategias de comunicación que permita la difusión de la información como es el caso de comercio electrónico.

Ayacucho es uno de los departamentos del Perú que tiene como principal actividad a la agricultura, sin embargo, para el 2018 sólo representó el 13 % de su PBI regional según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Estos datos estadísticos reflejan la importancia que el sector agrícola, y específicamente el cultivo de la quinua, tienen que estar presentes en la priorización de las cadenas productivas de la región Ayacucho. Para seguir manteniendo estas estadísticas positivas la innovación agrícola es un tema clave en la gestión empresarial, es decir es una parte medular para lograr que la producción sea sostenible (cantidad y calidad) en mercados exigentes y con consumidores cada vez más informados. Sin embargo, actualmente el reto para la innovación agrícola en las unidades productoras “ya no es solo su potencial económico, sino también los cambios inducidos por la actividad innovadora y sus consecuencias en la sostenibilidad ambiental y social” (Smith et al., 2010, p. 437). Por ello los autores sintetizan que, el desempeño de la innovación no se centra sólo en el interés del beneficio económico de las familias productoras, sino que además reflejen resultados a los cambios climáticos, el crecimiento demográfico, la pérdida de la biodiversidad, productos elaborados con recursos naturales, prácticas amigables con el medio ambiente y un consumo responsable.

Así, ante lo expuesto anteriormente, surge el problema general que guía esta investigación: ¿Cómo se relaciona la innovación y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara? En base a la interrogante planteada los problemas específicos son:

- ¿Cuál es la relación entre la innovación en el producto y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?
- ¿Cuál es la relación entre la innovación en el proceso y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?
- ¿Qué relación existe entre la innovación en marketing y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?
- ¿Qué relación existe entre la innovación organizacional y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?

El diagnóstico realizado sobre las variables estudiadas nos permitió identificar los problemas de nuestra investigación y plantearnos el siguiente objetivo general: Analizar la relación de la innovación y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara. En función al objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Determinar la relación entre la innovación en el producto y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora.
- Analizar la relación entre la innovación en el proceso y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora.
- Determinar la relación entre la innovación en marketing y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora.
- Analizar la relación entre la innovación organizacional y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora.

De acuerdo a la revisión de la literatura de teorías, modelos y antecedentes de investigación realizadas a las variables estudiadas, se propuso la siguiente hipótesis general: Existe relación significativa entre la innovación y la Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara. Las hipótesis específicas fueron:

- La innovación en el producto está relacionada significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.
- La innovación en el proceso se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.
- La innovación en marketing se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.
- La innovación organizacional se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.

Para la presente investigación se tuvo en cuenta a 52 organizaciones productoras de quinua que están ubicadas en el distrito de Chiara del departamento de Ayacucho. Con respecto a la delimitación temporal, la investigación se realizó entre los meses de setiembre 2021 hasta junio del año 2022, periodo que corresponde al ciclo de siembra, producción, acopio, transformación y venta del producto.

I. REVISIÓN DE LA LITERATURA

1.1. Marco histórico

1.1.1. Evolución histórica de la innovación agrícola

En esta sección se revisará la literatura histórica para entender y explicar el proceso de la innovación en las organizaciones agrarias como una fuente de competitividad y desarrollo económico de un país.

Para hablar sobre la innovación es importante referirnos primero a los cambios tecnológicos que se dieron en el mundo debido a la era del "conocimiento". Estos cambios tecnológicos fueron de alguna manera referidos en los aportes de los economistas clásicos como Adam Smith y David Ricardo en el siglo XVIII, donde tomaron importancia a la invención de nuevas máquinas y herramientas como factor determinante de la capacidad productiva de las empresas y como efecto el desarrollo económico de un país.

En 1967 el economista austriaco Joseph Schumpeter introduce una nueva propuesta de desarrollo económico basado no solamente en el avance tecnológico, sino que además introduce por primera vez a la innovación como un factor trascendental dentro de la función de producción, a la que denominará como una fuerza inmaterial del proceso productivo en la Teoría del desenvolvimiento económico (Montoya, 2004). Bajo este contexto, (Schumpeter, 1967) define a la innovación cuando se introduce un nuevo bien para los consumidores, un nuevo método de producción o forma de comercializar, aperturas de nuevos mercados, nuevas fuentes de aprovisionamiento de materias primas o de bienes manufacturados y finalmente la creación de una nueva organización que convierta al sector en un monopolio o la anulación de esta, si fuera el caso.

Para el logro de las formas innovativas descritas anteriormente, Schumpeter destaca el rol principal que cumplen las empresas nuevas por encima de las ya existentes, además de la importancia de la consecución de recursos económicos con el fin de que se pueda financiar las nuevas estrategias innovativas de la empresa (Olaya, 2008)

Desde 1945 hasta 1970 se da el inicio del proceso de la llamada Revolución Científica y Tecnológica o la Tercera Revolución, pero fue en el año 1973 donde se intensificaron los cambios en las actividades productivas dependientes de materias primas, es decir se busca la industrialización y la autosuficiencia de los países. Este fenómeno trajo consigo la Revolución Agrícola que resulta ser cambios en la horticultura de alta productividad, la optimización de agua mediante la técnica del riego por aspersión y goteo, la agricultura hidropónica o sin tierra, el abonamiento biológico a partir de restos vegetales y el control de las plagas y enfermedades.

En 1985 Peter Ferdinand Drucker presenta la innovación como una nueva disciplina en su libro “La innovación y el empresario innovador”. El autor expone que “la innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente” (Drucker, 1985, citado en Cáceres et al., 2018, p. 4), además señala que el proceso de innovación no sólo surge de la investigación y el desarrollo, sino que existen otras fuentes internas y externas para generar innovación como por ejemplo los cambios en la industria y los cambios sociodemográficos.

A partir del aporte de los diferentes autores y sus modelos sobre la innovación, se establece para el año 1992 un manual que recoge un conjunto de conceptos y herramientas para medir las actividades científicas y tecnológicas. El

Manual de Oslo fue propuesta por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y analiza las innovaciones tecnológicas de productos y procesos, específicamente en el sector manufacturero; sin embargo, para la segunda (1997), tercer (2005) y cuarta edición (2018) incorpora su aplicación al sector servicios y amplifica el ámbito de la innovación a la organización y al marketing (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2005)

1.1.2. Evolución histórica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Para poder analizar la evolución histórica del pensamiento empresarial enfocado a la responsabilidad social empresarial o la sostenibilidad empresarial, debemos replantearnos la finalidad de constituir una empresa. A pesar que una empresa se crea con fines naturalmente económicos, los nuevos desafíos de países cada vez más integrados y consumidores informados, obligan a realizar cambios en el rol que cumplen las organizaciones con la sociedad y su medio ambiente.

Bajo este nuevo enfoque, podemos mencionar que el Club de Roma, creado en 1968, fue el primer antecedente de gran importancia en el uso del término “sostenible”. Este grupo estuvo conformado sólo por algunos científicos y políticos de distintos países que tuvieron como agenda hablar sobre los diversos cambios climáticos que estaban sucitando en el planeta como efecto de las actividades humanas y empresariales. Años más tarde se produjo la consolidación de la organización, logrando tener entre sus filas a más de 100 especialistas entropolíticos y científicos destacando internacionalmente. A partir de estas reuniones surge un informe sobre “los límites del crecimiento”, cuya creación fue encomendada al Instituto Tecnológico de Massachusetts donde se explican las

perspectivas y tendencias negativas originadas en las primeras décadas del siglo XXI debido al impacto en el aumento poblacional, la disminución de las materias primas, la contaminación ambiental y el crecimiento de la producción industrial. Además, el informe señala que: “si hasta entonces el concepto “desarrollo” iba asociado sólo al crecimiento económico, después del informe se estableció que esto no era factible ni reproducible en los países menos desarrollados porque a medio plazo se acabaría con los recursos naturales del planeta”. (Reyes, 2017, pp. 82–83)

En 1972 se dio una de las cumbres más importantes referidos al cuidado del medio ambiente denominada Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente Humano que fue celebrada en Estocolmo con el fin de establecer un conjunto de leyes, políticas e instituciones nacionales en cada uno de los países de América Latina y el Caribe; que obedece a un llamado de países industrializados y a los problemas relacionados con la contaminación ambiental. Los resultados obtenidos fueron la Declaración de Estocolmo sobre Medio Ambiente Humano donde se detalla un conjunto de principios y postulados que tuvieron un efecto concientizador y propulsor de modificaciones e instituciones en América Latina y el Caribe (ALC); el otro resultado fue establecer un Plan de Acción para el Ambiente Humano que estuvo dividida en 109 recomendaciones concretas sobre la evaluación, el manejo y medidas de apoyo estrictamente ambientales (Cabrera, 2003).

La definición exacta sobre el desarrollo sostenible recién aparece para el año de 1987 con el informe de Brundtland llamado también como “nuestro futuro común”, en ella define a la sostenibilidad como: “el desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Informe Brundtland,

1987, mencionado en Pardo, 2015, p. 3). La importancia de este nuevo enfoque radica en propiciar e incorporar a las prácticas empresariales variables de tipo social y ambiental, dando un equilibrio entre el crecimiento socioeconómico de las generaciones actuales y la preservación de los recursos medioambientales para las futuras generaciones.

El informe Brundtland sentó las bases de los futuros eventos ambientales que se celebrarían luego de su creación. Por ello, para el año 1992 se celebró la Segunda Cumbre de la Tierra en Brasil, que contó con la participación de 178 países y 2,400 organizaciones no gubernamentales e instituciones. Bajo los principios del Informe Brundtland, la cumbre buscó establecer acuerdos internacionales, crear órganos, mecanismos de control y principalmente la conocida Agenda 21 que establece una serie de normas que permitan el desarrollo sostenible de una nación. Pese a que los anteriores eventos marcaban los nuevos roles de las naciones y las empresas, fue en 1997 en la Tercera Conferencia de las Partes del Convenio Marco sobre Cambio Climático (Protocolo de Kioto) donde se realizaron acuerdos concretos para reducir los gases que contaminan el medio ambiente, optimización en el uso de energía en productos o servicios, reducción de las fallas de mercado y mejores prácticas agrícolas (Reyes, 2017).

Para el año 2000, en Nueva York se realizó la Cumbre del Milenio, donde representantes de 189 países decidieron firmar la Declaración del Milenio, donde se establecen ocho objetivos básicos para el año 2015, llamados Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Uno de los objetivos señalaba claramente el deseo de garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, protegiendo para ello nuestros ecosistemas actuales y para nuestros hijos. En el 2015 se evaluaron los 8 objetivos

y se propusieron extender la lista de objetivos, llamados ahora como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El reto para la innovación agrícola en las unidades productoras “ya no es solo su potencial económico, sino también los cambios inducidos por la actividad innovadora y sus consecuencias en la sostenibilidad ambiental y social” (Smith et al., 2010, p. 437). En esta línea, Drucker (1996) señaló que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque” (p. 60)

Por ello los autores sintetizan que, el desempeño de la innovación no se centra sólo en el interés del beneficio económico de las familias productoras, sino que además reflejen resultados a los cambios climáticos, el crecimiento demográfico, la pérdida de la biodiversidad, productos elaborados con recursos naturales, prácticas amigables con el medio ambiente y un consumo responsable.

1.2. Sistema teórico

En este trabajo, se consideró dos variables los cuales son: innovación como la variable (X) y Responsabilidad Social Empresarial como la variable (Y). A continuación, se definirán algunos temas en cuanto a estas como los tipos, características y teorías basadas por reconocidos autores.

1.2.1. Innovación

Definición de la innovación

Definir la innovación es un término muy amplio, por ello demandaría de la búsqueda de innumerables autores, donde algunos coincidan y otras difieran en sus perspectivas, por ello esta investigación se centrará en aquellas que se relacionen

con el sector agrario y que busquen una definición a nivel empresarial y de contexto, es decir que vaya más allá de los confines de un individuo o empresa. Con respecto a ello, Drucker (1985) define a un nivel individual que “la innovación es la herramienta clave de los empresarios, el medio por el cual se aprovechan los cambios como una oportunidad”, mientras que Porter (1990), pone atención a una definición más global, es decir donde la innovación involucre no solamente una organización, sino que además un contexto nacional y regional.

Tomando en cuenta los nuevos desafíos en la sociedad y el medio ambiente, el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) señala que la innovación es un proceso en el que se implementa nuevos conocimientos y cambios útiles en las actividades productivas y organizacionales, y que se dan dentro de un sistema integrados por diferentes actores involucrados. Además, señala que la innovación no sólo aparece con las creaciones de nuevas tecnologías para el mundo, sino que también se consideran las nuevas incorporaciones para el contexto que se evalúa (IICA, 2014) .

Para Amaro-Rosales et al. (2016), definen la innovación como la aplicación y el uso de nuevas ideas, conceptos, bienes, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles en el incremento de la productividad, y tiene lugar principalmente en la empresa. Así, la innovación está inserta en procesos de mercado, ya que son estos procesos los que determinan las ganancias a la innovación y que generan los recursos a la innovación; pero también tienen una fuerte relación con la ciencia y la tecnología desarrollada por las universidades, centros de investigación y desarrollo (I+D) y laboratorios.

Según el Manual de Oslo (2018) una innovación se produce cuando un nuevo producto (bien o servicio) con mejoras significativas ingresa al mercado, sin embargo, también se innova cuando se incorpora un nuevo proceso de producción y cuando se practican nuevos métodos de comercialización y organización en las actividades internas de la organización o las relaciones exteriores.

Para D'Attoma & Ieva (2020), la innovación se conceptualiza como la adopción de una idea, comportamiento, sistema, política, programa, dispositivo, proceso, producto o servicio nuevo para una organización, además divide la innovación en tecnológica y no tecnológica. La innovación tecnológica incluye innovaciones de proceso y de producto, mientras la innovación no tecnológica implica innovaciones de marketing y organizativas.

Definición de la innovación agrícola

En el marco de la actividad agrícola una definición de la innovación más exacta y operativa es la establecida por la FAO (2015) refiriéndose al proceso de utilizar nuevos productos, procesos y formas de organización con la finalidad de ser más eficientes y competitivos en un entorno cambiante, y contribuir de esta manera a la seguridad alimentaria y el desarrollo sostenible de la comunidad. Esta innovación involucra no solamente a los agricultores, sino también a los grupos de interés o los llamados stakeholders como las asociaciones agropecuarias, las cooperativas productivas, empresas privadas que brindan sus servicios, organizaciones de investigación nacional e internacional, entre otros.

Pomareda y Hartwich (2006) definen las innovaciones en agricultura como aquellos nuevos conocimientos y tecnologías aplicados en el eslabón productivo y

comercial de las actividades agropecuarias, teniendo como resultado productos de mejor calidad que generen mayores ganancias. Son ejemplos de innovación agraria la variedad de semillas mejoradas, equipos agroindustriales, nuevas técnicas de cultivo y crianza de animales, además a nivel organizacional las formas de trabajo a nivel operativo y gerencial, entre otras que citan los autores. Bajo un enfoque de proceso, la innovación en la agricultura debe tener como fuente no solamente los centros de investigación o instituciones de investigación agrícola, sino que además se debe realizar una transferencia de conocimientos a los actores involucrados, como los agricultores, con la finalidad de trasladar las competencias innovativas a las futuras generaciones (Sonnino & Ruane, 2013). Por ello, los autores definen la innovación como un proceso de intercambio de conocimientos entre la identificación de problemas y la búsqueda de soluciones, convirtiendo a los agricultores en los protagonistas de los cambios que se realicen en su entorno.

Jean (2014) precisa que la innovación agrícola se sustenta en su capacidad para modernizar la economía de las áreas rurales, lo cual implica producir bienes y servicios que puedan colocarse en los mercados locales e internacionales; representando un paso importante en la evolución de las políticas agrícolas. También señala que la innovación no es solamente responsabilidad de los agricultores, sino también es del ámbito y acción del gobierno, pues esta no solo tiene beneficios para los que innovan, sino también para otros actores ya que generan externalidades positivas.

Para Aguilar-Gallegos et al. (2016), la innovación agrícola es un fenómeno organizacional influenciado por los comportamientos individuales, la interacción, la coordinación y la acción colectiva; esta se basa sobre todo en la capacidad de los actores para identificar oportunidades, evaluar los retos que implica, acceder a los

recursos humanos, sociales y de capital necesarios para desarrollar actividades innovadoras, así como al intercambio de conocimientos e información.

Teorías sobre la innovación

La teoría del desarrollo económico o de la destrucción creativa planteada por el economista Joseph Alois Schumpeter se explica cuando una empresa adopta y se beneficia de la innovación realizada por otra empresa pionera. Para Valencia y Patlán (2011) la teoría Schumpeteriana señala que el empresario busca, por medio de la innovación, entrar en los mercados existentes en crecimiento o que han sido desatendidos; además señala una clara diferenciación entre invención e innovación, donde esta última está enfocada a la aceptación del mercado: “Las invenciones carecen de importancia económica en tanto que no sean puestas en práctica. Y la aplicación de cualquier mejora es una tarea completamente diferente de la innovación, y que requiere aptitudes diferentes” (Schumpeter, 1967, p. 98). Además, debemos mencionar que esta teoría resalta las innovaciones radicales ocasionadas por el desarrollo tecnológico que generan cambios revolucionarios en las empresas, en la economía y en la sociedad.

La teoría innovativa de Drucker (2004) menciona que la innovación es una herramienta muy importante para la empresa que tiene por objetivo crear clientes y donde existen dos áreas donde el empresario debe prestar atención para innovar:

- Lo que sucede dentro de la empresa: Estar al tanto de lo inesperado, lo incongruente, innovar en los procesos y generar cambios, así como en la industria y el mercado.

- Lo que sucede fuera de la industria: Estar al tanto de los cambios demográficos (Estar al tanto de los grupos de consumidores), cambio en la percepción actual y generar nuevos conocimientos en todo campo de estudio.

Otro de los aportes a la innovación fue dada por el profesor Clayton Christensen con su teoría disruptiva donde explica que pequeñas empresas con escasos recursos y sin tanta tecnología crean innovación y desafían con éxito a empresas posicionadas que van dejando segmentos no atendidos debido al desarrollo de sus productos (Montecinos-Jiménez, 2020). Las innovaciones disruptivas "crean nuevos mercados, aportan un nuevo atractivo a los no consumidores u ofrecen más conveniencia, a precios más bajos, a los consumidores de menores ingresos en un mercado existente"(Christensen, 1999, p. 321).

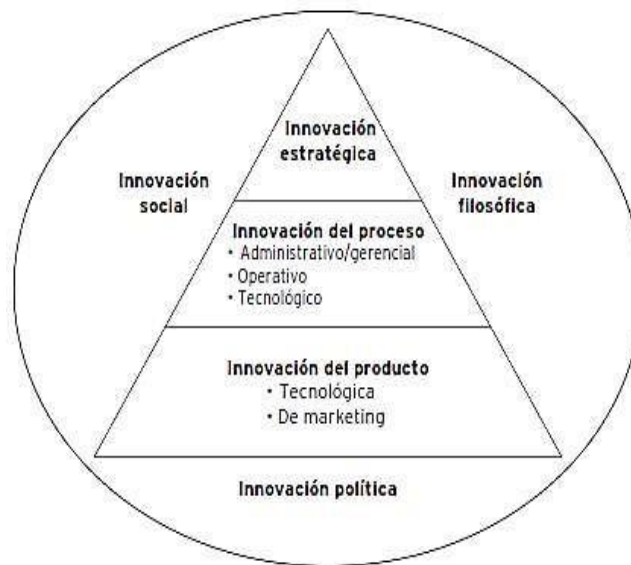
Dimensiones sobre la innovación

Los tipos, formatos o dimensiones de la innovación tienen diferentes significados al igual que la misma definición, por ello esta investigación analizará las innovaciones que están controladas por la empresa y aquellas que están fuera de su influencia.

Para Ahmed et al. (2012), la innovación es un proceso, una estrategia y el resultado que agrega valor a la empresa para el logro de sus objetivos. En este sentido los autores tipifican la innovación en dos grupos, aquellas que son controladas o gestionadas por la empresa y otras que no tienen control sobre ellas.

Figura 1

Tipos de innovación



Nota: Extraído de Ahmed et al. (2012)

Ahmed et al. (2012), menciona que los nuevos productos son el resultado del proceso innovativo en las organizaciones, muchas de ellas impulsadas por el desarrollo tecnológico que están expresadas en las características funcionales del producto. El avance tecnológico también permite innovaciones en el proceso, es decir los cambios en la conducción de las actividades de organización y ejecución, así como en la adopción de nuevos métodos administrativos. Por otro lado, los autores también mencionan innovaciones en la estrategia que implica cambiar las formas de hacer negocios o nuevos modelos que se adapten a los desafíos del mercado y que son el resultado de las influencias del entorno como por ejemplo el avance tecnológico.

Existen innovaciones que impactan en la organización y que no se tienen control de ellas. Es el caso de las innovaciones que se generan por los cambios sociales y las tendencias globales en las necesidades, deseos, gustos y preferencias de los individuos. Por otro lado las innovaciones políticas surgen de los cambios

impuestos por el tipo de gobierno de turno, es decir las reformas a nivel legislativo e institucional afectan la dirección de las empresas y en general de la sociedad. Finalmente, las innovaciones filosóficas parecieran no tener relación con el campo empresarial, sin embargo estas están presentes en los nuevos conocimientos y conducen a la organización a como actuar bajo un entorno ético y de responsabilidad social empresarial (RSE)

Por su parte, Vicente et al. (2015), mencionan cuatro dimensiones para la innovación:

- Capacidad de desarrollo del producto: Implica la competencia de la organización en cuanto a la capacidad de desarrollarse y lanzar productos nuevos, estos productos deben ser mejorados con el paso del tiempo mejorando sus características según la necesidad del mercado.
- Cultura de capacidad de innovación: Está relacionada primordialmente a la cultura de la empresa, se refleja en la aceptación y receptibilidad que tiene hacia nuevas propuestas o ideas con mejoras.
- Capacidad estratégica: La capacidad estratégica de una organización manifiesta su capacidad de implementar, formular y monitorear sus estrategias de innovación la cual implica la asignación de un capital y de los recursos humanos para garantizar su funcionamiento.
- Capacidad tecnológica: Representa la fuerza interna de la empresa para crear un sinnúmero de conocimientos técnicos y científicos para fines de desarrollo productivo como productos nuevos en el mercado para diferenciarse de sus competidores.

Según la OCDE (2018), identificó en el Manual Oslo cuatro dimensiones que caracterizan a la innovación:

- Innovación de producto: Es el ingreso de bienes y servicios nuevos o mejoradas, estas mejoras pueden ser en sus características como los componentes, los materiales o en el uso al cual está destinado.
- Innovación de proceso: Implica todo el proceso de producción o distribución que implica novedad o sensiblemente mejorada ya sea en las técnicas, programas de información y los materiales.
- Innovación de marketing: Es la aplicación de un nuevo método de comercializar este tipo de innovación conlleva a llegar a una transformación ya sea en el diseño o el envase, su promoción, posicionamiento y el precio.
- Innovación en la organización: Es la adopción de una nueva forma o método de organizar los recursos de la empresa y la relación con los grupos de interés, con el fin de gestionar las rutinas y los procedimientos de la organización

1.2.2. Responsabilidad Social Empresarial

Definición de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Hablar sobre organizaciones que se preocupen por el cuidado del medio ambiente o por la sociedad en que se desenvuelven siguen percibiéndose en nuestra realidad empresarial como temas de moda o muchas veces de modelos empresariales adoptados de realidades distintas a Latinoamérica. Sin embargo, la realidad nos demuestra que aquellas que no adoptaron este nuevo enfoque están propensas a desaparecer del mercado. En ese contexto, según Cuevas (2009), para definir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se analizan dos enfoques fundamentales que permitieron su surgimiento: La ética empresarial y el desarrollo sostenible o sustentable.

Tabla 1*Responsabilidad Social Empresarial*

Ética de la empresa	Desarrollo sustentable	Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
- Comportamiento moral del administrador	- Cuidado del medio ambiente	- Eficiencia económica
- Recursos	- Eficiencia económica	- Derechos del hombre
- Relaciones con los Stakeholders	- Empleo	- Cuidado del medio ambiente
	- Justicia social	- Relaciones con los stakeholders
	- Derechos del hombre	- Salud
	- Lucha contra la corrupción	- Cultura
	- Salud	

Nota. Extraído de Cuevas (2009)

La ética empresarial es definida como una disciplina que se ocupa de vigilar que las actividades empresariales estén dentro de los parámetros éticos y morales, además de regular el comportamiento moral del administrador o los trabajadores de la empresa con los grupos de interés. La adopción de la ética en los negocios con el nuevo enfoque de desarrollo sostenible permitió establecer las bases de las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE); que aunado a la preocupación económica, buscan la preocupación social y ambiental de sus actividades y de los diferentes actores involucrados (Cuevas, 2009).

El “Libro Verde” de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) define la RSE como una forma de preocuparse, libre y voluntaria de las organizaciones, por el impacto social y medioambiental de sus operaciones comerciales internas y externas. “Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 7). A

pesar que la comisión busca acogerse a la RSE de forma voluntaria, esta también señala que se debería reglamentar bajo un marco jurídico las buenas prácticas sostenibles, como es el caso de las empresas peruanas donde actualmente no se normaliza o estandariza las RSE.

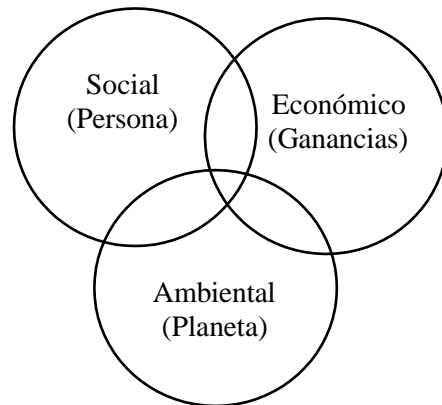
Bajo un enfoque de cambio en la gestión de las organizaciones, Cuesta y Valor (2003) afirman que la RSE afecta al proceso interno de producción y comercialización y su relación con los grupos de interés. Integrar la RSE a la gestión empresarial es un cambio de los paradigmas por la preocupación no solo a la rentabilidad, sino además a los problemas laborales, los derechos humanos, aspectos medioambientales y en general las políticas y estrategias establecidas por la organización bajo este nuevo enfoque.

Dimensiones de las Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

El modelo que más sintetiza y encaja las formas de medir el desempeño de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el establecido por Elkington (1999), quien la denomina como el modelo de la “Triple Cuenta de Resultado” o conocido en el ámbito internacional como la Triple Bottom Line por su denominación original en inglés. Según este enfoque las organizaciones deben reportar su desempeño en las dimensiones económicas, sociales y ambientales internas y las relacionadas con los grupos de interés.

Figura 2

Modelo de la Triple Cuenta de Resultados (Triple Bottom Line)



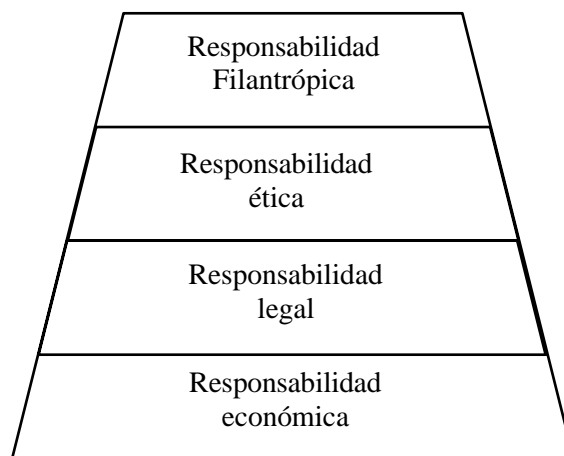
Nota. Extraído y adaptado de Elkington (1994,1997,1999)

Sobre la base del modelo Triple Botom Line (TPL) se evalúan los modelos de desempeño sostenible en el campo empresarial o corporativo, ya sea en las dimensiones económicas, sociales y ecológicas. La dimensión económica corresponde aspectos como la producción de bienes y la oferta de servicios, el análisis de los costos productivos y gastos administrativos o de ventas, además de considerar los resultados económicos como la utilidad y la rentabilidad, entre otros indicadores económicos. Con respecto a la dimensión social se centra en medir la satisfacción del personal, la salud y seguridad de los clientes o consumidores y el impacto de las actividades empresariales en su comunidad. Finalmente, la dimensión ecológica o ambiental enfatiza el manejo adecuado de los recursos energéticos e hídricos en los procesos de producción o venta, con el fin de proteger los recursos disponibles en una economía cada vez más escasa, mientras a nivel externo se prioriza la protección de la biodiversidad a través de una producción limpia. (Plasencia-Soler et al., 2018)

Carroll (1991) definió ,con mas detalle, las dimensiones o categorías de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dividiéndolas en 4 tipos : responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidad ética y responsabilidad filantrópica, las cuales fueron representadas en cada nivel de una pirámide, como se obrerva en la siguiente figura:

Figura 3

La pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa



Nota. Extraído y adaptado de Carroll (1991)

Las responsabilidades económicas, según Carroll (1991), consisten en medir el desempeño de las utilidades financieras para sus dueños y accionistas y señala que, sin el logro de esta responsabilidad, los demás no se podrán cumplir, ubicándose en el nivel básico de la pirámide de la RSE. En el segundo nivel, el autor, ubica a las responsabilidades legales que se basan en el cumplimiento de los requerimientos legales que exija su entorno local, nacional e internacional. Las responsabilidades éticas ocupan el tercer nivel de la pirámide y se refieren al nivel de comportamiento moral que deberían tener las organizaciones, ya sea cuando existan o no las normas legales que las regularicen, esta incluye no solo la práctica de valores institucionales, sino que además las responsabilidades con los grupos de

interés. Como responsabilidad última están las filantrópicas que abarcan prácticas empresariales que generen un impacto con la comunidad, esto significa que las organizaciones deberían participar o promover programas que impacten en el bienestar humano como por ejemplo actividades artísticas, educativas, entre otros.

En la misma línea que la teoría de Carroll (2019), Cadbury (2006) establece sólo tres niveles de responsabilidad empresarial de acuerdo a los impactos en los grupos de interés y el entorno. En el nivel primario se encuentran las responsabilidades o deberes básicas con los trabajadores, proveedores y los accionistas y que su incumplimiento conllevaría a sanciones legales ya previstas por la sociedad. En el nivel secundario, el autor ubica la responsabilidad por los impactos en el entorno y el medio ambiente y en el último nivel los impactos a nivel de la sociedad en general.

Responsabilidad social en los agronegocios

Las buenas prácticas sostenibles han ido introduciéndose en los diversos sectores de la economía de un país, como es el caso de los agronegocios. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la agricultura trae consigo el manejo eficiente de los recursos naturales disponibles como la conducción óptima de los suelos, la siembra y cosecha responsable, así como la distribución justa de las ganancias en las unidades productoras.

Bajo un enfoque de cadena de valor global, la Responsabilidad Social Empresarial en los agronegocios juega un papel fundamental en la cooperación del jugador dominante con los diversos actores de la cadena, por ejemplo, la colaboración de la empresa con los proveedores a través de asistencias técnicas y

capacitaciones que permitan cumplir con los nuevos requisitos como certificaciones internacionales que exija el mercado (Lizcano-Prada & Lombana, 2018).

Por otro lado, a nivel de la utilización de los recursos hídricos ambientales en los agronegocios, la RSE busca el adecuado uso del agua en el ciclo productivo de los cultivos, así como en el almacenamiento y distribución entre las familias campesinas o las empresas agroindustriales. En este contexto, Guo et al (2016) enfatizaron que “las empresas deben realizar ajustes en el consumo y la estructura de comercio de los productos agrícolas, para garantizar la conservación de los recursos hídricos locales que se destinan a la agricultura” (p. 4)

El estudio de Forsman-Hugg et al. (Como se citó en Lizcano-Prada & Lombana, 2018) determinaron siete dimensiones claves de la Responsabilidad Social Empresarial en los agronegocios: impacto en el medio ambiente, seguridad del producto para los usuarios, responsabilidad nutricional en el valor del producto, bienestar laboral, salud y bienestar animal, presencia en el mercado local y la responsabilidad económica de la organización.

1.3. Marco referencial

Se realizó una exhaustiva revisión de tesis y artículos de revistas científicas referidos a la relación entre la variable innovación y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a nivel internacional, nacional y local. Gran parte de las investigaciones encontradas están orientadas a sectores productivos y comerciales que serán consideradas en esta investigación debido al aporte de los modelos relacionados entre la innovación y la RSE.

Investigaciones a nivel internacional

Padilla (2018) en su investigación titulada “Responsabilidad social y la innovación ecológica como generador de competitividad en las empresas del sector manufacturero”, da cuenta de un conjunto de factores de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y de innovación que influyen e impactan en los resultados de competitividad en el sector manufacturero de Ecuador como las empresas que vende alimentos y bebidas, industria farmacéutica y empresas que fabrican artículos plásticos que están ubicados en la ciudad de Guayaquil . El diseño de investigación del estudio es de corte transversal, utiliza el modelo de ecuaciones estructurales, de lógica deductiva y paradigma cuantitativo. Las conclusiones arribadas fueron que tanto las actividades de innovación y las iniciativas de practicar la RSE se complementan debido al aumento de los conocimientos y el incremento en las capacidades técnicas de los trabajadores de las compañías estudiadas. El autor también señala que, en el proceso de planificación de las actividades a largo plazo, se debe priorizar prácticas sostenibles y ecológicamente innovativas, con el fin de lograr su competitividad en el sector.

Olarte (2015) investigó las cadenas productivas del café, el cacao, la pitahaya y el limón Tahití, bajo un contexto de innovación y responsabilidad social en el municipio de Bucaramanga, buscando fortalecer la productividad y competitividad a nivel internacional. Por ello el objetivo de la investigación fue analizar los procesos de producción y comercialización de cítricos, café, cacao y pitahaya e identificar los resultados de la aplicación de la innovación y responsabilidad social. El nivel de investigación fue descriptivo y se analizó a un grupo focal de 52 productores que fueron elegidos de un total de 280 fincas productoras. Se concluyó que se necesita una mayor participación de las

autoridades locales, con el fin de prestar una mayor asistencia en la planificación, tecnificación productiva, estrategias comerciales y de distribución, buscando la competitividad y posicionamiento a nivel internacional y local. El autor además plantea una serie de estrategias de mejora en el nivel educativo del sector, una comunicación asertiva con los grupos de interés, asesorías en planes de producción, comercialización y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial y finalmente la tecnificación de cultivos con la finalidad de resistir a los cambios climáticos.

Báez (2005) en su investigación titulada “El impacto de la innovación tecnológica en la sustentabilidad de los sistemas de producción de campesinos pehuenches. Comuna de Lonquimay. IX Región de la Araucanía”, tuvo como objetivo analizar la innovación tecnológica y tipificar los sistemas de producción, a la vez evaluar el impacto de estas prácticas en la sustentabilidad de las comunidades Pehuenches, para finalmente proponer políticas de innovación agrícolas que se adapten a las prácticas rurales sustentables. La población estuvo constituida por 145 explotaciones silvoagropecuarias vinculadas al Programa de Desarrollo Local para Comunidades Rurales Pobres (PRODESAL), el método que se utilizó para contrastar la hipótesis es el análisis de conglomerados a nivel descriptivo. Se concluyó que existen seis tipos de sistemas de producción en la zona de estudio y el impacto de las tecnologías aplicadas se dieron en la introducción de especies forrajeras, infraestructura y riego para la conservación para especies forrajeras permitiendo la sustentabilidad de la comunidad. Se propuso políticas de innovación como el desarrollo endógeno del sistema de producción estudiados, la incorporación gradual de la innovación tecnológica en las actividades y el fomento a la diversificación productiva.

Villafá & Ayala (2014), analizaron la “Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad”, siendo el cultivo de aguacates la actividad principal para la economía de la localidad y aquella que genera mayor impacto negativo para el medio ambiente. La investigación tiene como objetivo principal conocer el nivel de RSE en el referido territorio de análisis, para lograrlo se elaboró un índice de RSE que está basado en el método Cemefi y de valoración multicriterio. Se tuvo como unidad de análisis a doce empresas que fueron entrevistadas a la mitad del año 2010. Se llegó a la conclusión que la actividad aguacatera generó un alto impacto en el medioambiente que se ve reflejada en la pérdida de la biodiversidad producto del monocultivo del aguacate, además de una serie de efectos en la calidad de salud de los que trabajan en las empresas y la población en general. Los resultados estadísticos mostraron que el nivel de RSE en estas empresas fue de nivel medio, al igual que la calidad de vida y la ética profesional, sin embargo, si analizamos la vinculación con la comunidad y las buenas prácticas con el medio ambiente se obtuvieron niveles bajos de eficiencia. Finalmente, la investigación determinó que existen empresas que realizan prácticas sostenibles, sin embargo, no están certificados con estándares internacionales y es necesario su concientización de estas nuevas necesidades en el sector agrícola.

Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández (2013) analizaron las incidencias de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la innovación y la competitividad de las microempresas del sector servicios, industria, construcción, comercio, transporte, hotel y turismo, ubicados en la comunidad española de Extremadura. El objetivo fue analizar la predisposición de los directivos a las acciones de RSE y como está influye directamente en el éxito competitivo, para

luego relacionarlo con la innovación realizada por las empresas estudiadas. Se aplicó la técnica de las ecuaciones estructurales a una muestra que estuvo representada por 710 microempresas extremeñas, escogidas de modo aleatorio simple por cada estrato. Se concluyó que la RSE incide directamente en el éxito de la microempresa y todo ello en un contexto de innovación de las actividades, además se determinó que la RSE y la innovación no es exclusivamente una práctica de las grandes empresas. Por otro lado, las políticas institucionales de promoción e incentivos deben permitir un ecosistema de innovación y RSE.

Investigaciones a nivel nacional

Pardave (2019) llevó a cabo una investigación sobre la relación entre la innovación y la responsabilidad social corporativa de las empresas industriales que están ubicados en Huachipa, Lurigancho Chosica, periodo 2019. Esta investigación analizó a 227 trabajadores de las empresas industriales, utilizando para la recolección de datos un cuestionario, siendo además una investigación cuantitativa, aplicada, correlacional y de diseño no experimental. Se concluyó que las estrategias de innovación en los procesos, en los productos, en el marketing y en la tecnología mantienen una relación significativa con la responsabilidad social corporativa de las empresas analizadas.

Murguía (2016), en su tesis: “Gestión de innovación en agronegocios para aumentar la competitividad de la cooperativa café Perú en la provincia de Chanchamayo”, diagnosticó el nivel de gestión de innovación en los eslabones productivos y comerciales de la cooperativa Café Perú y de los Mini fundos cafetaleros de la zona de estudio, esto con el fin de proponer acciones de mejora que permitan su competitividad. La metodología de estudio es de nivel descriptivo-

correlacional y su diseño fue no experimental-transversal; para la recolección de la información se empleó un cuestionario dirigido a 28 propietarios de mini fundos cafetaleros. Se concluyó que las estrategias de diferenciación se basaron en ofrecer granos orgánicos, la inversión en tecnológica no está justificada debido a la limitada cantidad de hectáreas en estos mini fundos y la capacidad financiera de los productores; por otro lado, las acciones responsables sobre el medio ambiente se relacionada directamente con los resultados de competitividad. Finalmente, el autor recomienda una mayor preocupación para acciones de mejora en las innovaciones que se implementen, básicamente en el desarrollo tecnológico, el medio ambiente y la productividad.

Investigaciones a nivel local

En el proceso de revisión local, no se encontraron investigaciones que literalmente relacionen las variables innovación y las Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a nivel del sector agrario, sin embargo, podemos citar algunas tesis que investigan de manera independiente las variables estudiadas en este estudio y principalmente aquellas que evalúen o caractericen al cultivo de la quinua.

Cisneros & Días (2018), investigaron sobre la “Gestión financiera y la sostenibilidad económica de las asociaciones cofinanciadas por el proyecto ALIADOS II, en la provincia de Huamanga, 2015 - 2017”. El objetivo fue determinar la influencia de la gestión financiera en los resultados de la sostenibilidad económica de los beneficiarios del proyecto, tomando como evaluación los indicadores de inversión y post inversión en los proyectos. La investigación fue aplicada de nivel descriptivo-correlacional, utilizando como técnica de recolección de datos los estudios documentarios además de la aplicación

de encuestas y entrevistas. Se concluyó que los beneficiarios mejoraron sus niveles de ingresos personales y el aumento de las utilidades en la actividad económica que desempeñan, sin embargo, el estudio también da cuenta de resultados ineficientes en algunas asociaciones debido a que hicieron uso inadecuado de los recursos que dispuso el proyecto.

Villavicencio (2014) en su tesis: “Evaluación del impacto del cultivo de granos andinos y papa nativa en el desarrollo sostenible de productores en la sierra de Ayacucho 2008 – 2011”, bajo un contexto de baja productividad, rentabilidad y competitividad en el cultivo de granos andinos y papa nativa, plantea como objetivo determinar la productividad y el valor bruto de producción, así como determinar el valor de ventas, ingreso neto, el nivel de rentabilidad y el números de empleos generados por las actividades agrícolas, para finalmente evaluar el desarrollo de capacidades técnico productiva y el nivel de seguridad alimentaria en las familias productos del cultivo de los granos andinos y la papa nativa, cultivos principales de la zona de estudio. La población estuvo compuesta por 105 comunidades campesinas de la región de Ayacucho, que constituían un total de 1, 100 familias. El estudio determinó que al finalizar el proyecto hubo un crecimiento de la productividad de la papa nativa, la quinua y la kiwicha en 176.65%, 40.93% y 50.65%, respectivamente. Por otro lado, se calculó que el valor bruto de producción para los tres cultivos sumaba un total de 16,616,224 soles, durante las últimas tres campañas. También se estimó que el valor de ventas incrementó en un 534.24% (papa nativa), 235.51% (quinua) y 183.34% (kiwicha), sumando un total de 14'792,980 soles en los tres cultivos en las últimas tres campañas. Los ingresos metros per capita de cada productor con respecto a la papa nativa, la quinua y la kiwicha, reflejaron un crecimiento de 78.23%, 491.23% y 144.99%,

respectivamente. Por otro lado, se evaluó que el 90 % de las 23 organizaciones beneficiarias fueron capacitadas y se generó un total de 799 empleos. Finalmente se concluyó a nivel de seguridad alimentaria que más del 96% de las familias incorporaron en su dieta el consumo de la papa nativa y la quinua, y en menos cantidad el consumo la kiwicha.

Quispe & Tovar (2017) , en su investigación caracterizaron la “cadena productiva y rentabilidad en la producción de la quinua orgánica del distrito de Tambillo, periodo 2014 – 2015”, encontrando una serie de problemas como técnicas productivas tradicionales que elevan los costos productivos debido al inadecuado manejo de plagas y enfermedades, finalmente influyendo en los bajos niveles de ingresos. Por ello, los autores plantean como objetivo analizar cada eslabón de la cadena productiva y su incidencia en los niveles de rentabilidad, utilizando para ello información de fuentes secundaria, así como fuentes primarias (encuestas y entrevista focalizadas) que permitan describir la situación socioeconómica de las familias productoras. Se determinó que las actividades de siembra, cosecha y labores culturales de los productores influyen en los costos de producción y los ingresos económicos de las familias, por tanto se concluyó que existe una significativa influencia entre la gestión de la cadena productiva y la rentabilidad de la misma, es decir mientras haya un eficiente manejo y control en cada eslabón de la cadena productiva, mayor serán los niveles de rentabilidad obtenidos, que finalmente se traducirán en mejoras del nivel de calidad de vida.

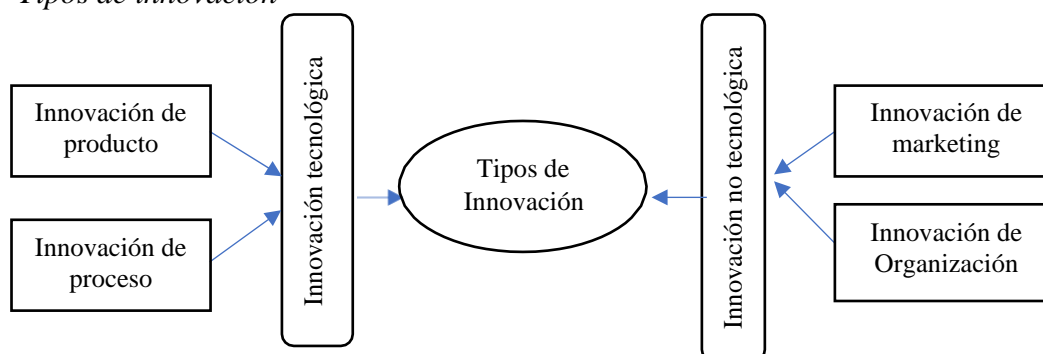
1.4. Marco conceptual

La presente investigación tendrá como marco conceptual las investigaciones realizadas y teorías propuestas por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para analizar la variable innovación, mientras el sustento teórico para la variable Responsabilidad Social Empresarial se definirán a partir de las propuestas de John Elkington enfocadas al Triple Botom Line.

La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) propone el Manual de Oslo (2018) con la finalidad de establecer guías para el proceso de innovación en las organizaciones. El Manual de Oslo define la innovación (2018) como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo” (p. 58), a su vez, el manual distingue cuatro tipos o dimensiones: las innovaciones de producto, innovaciones de proceso, innovaciones de marketing e innovaciones de organización.

Figura 4

Tipos de innovación



Nota. Adaptado del Manual de Oslo (OECD, 2018)

Las innovaciones en el producto y en el proceso están relacionados con los cambios tecnológicos propiamente dichos, mientras las innovaciones de marketing y organización están vinculadas con nuevas formas de hacer las actividades y procesos. A continuación, podemos identificar indicadores de cambios en cada tipo de investigación:

Tabla 2
Indicadores por categoría de innovación

Tipos de innovación	Indicadores de cambios
Producto Proceso	Cambios en los materiales y en los componentes del producto Cambios en el proceso de producción y distribución, nuevos métodos de producción (equipos automatizados), diseño asistido, técnicas para abastecimiento de insumos, sistema de trazabilidad de las mercancías, introducción de equipos y programas informáticos en la prestación de servicios, compras, contabilidad y mantenimiento.
Mercadotécnica Organización	Cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación. Cambios e introducción de nuevas prácticas para mejorar el aprendizaje y la distribución del conocimiento en la empresa, prácticas de formación del personal y mejora de las condiciones laborales

Nota. Extraído y adaptado del Manual de Oslo (OECD, 2018)

Por otro lado, para medir la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la investigación utilizará la teoría de la Triple Cuenta de Resultados (Triple Bottom Line) establecida por Elkington (1999). La primera cuenta está referido a medir las ganancias y pérdidas de la empresa, la segunda cuenta mide la satisfacción de las personas con la actividad empresarial y finalmente la última cuenta mide el impacto ambiental en el planeta.

De acuerdo al enfoque de la Triple Cuenta de Resultados, Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández (2013), propone una serie de indicadores adaptadas y analizadas a la realidad de las microempresas:

Tabla 3

Indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

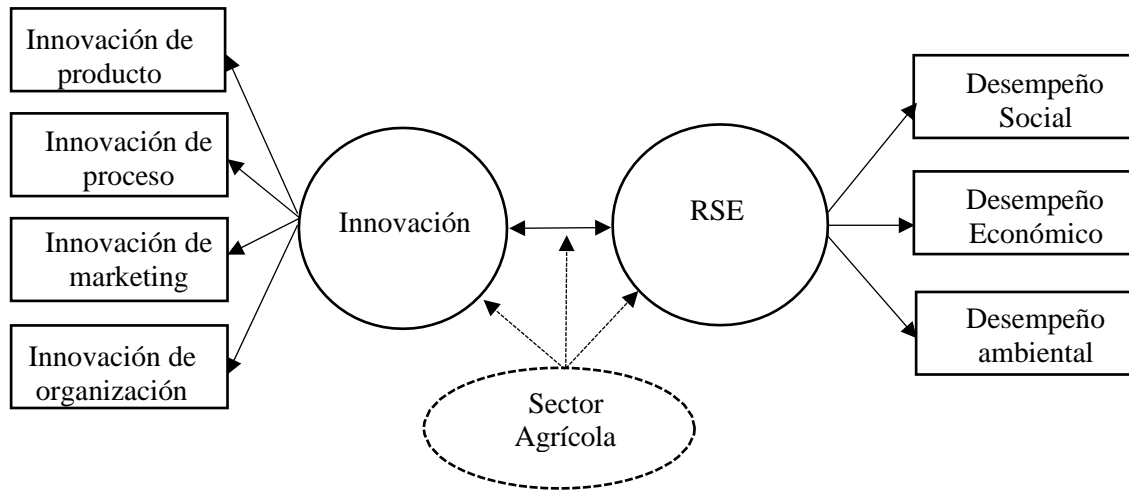
Dimensiones de RSE	Indicadores
Dimensión económica	Desempeño de los estados financieros, ampliación de mercados, el nivel de relación con los clientes y los proveedores, la calidad de los productos, entre otros.
Dimensión Social	Igualdad y conciliación laboral y familiar. Comunicación y participación en la empresa o la salud laboral. Creación de empleo, la atención a la discapacidad o las relaciones con las organizaciones no gubernamentales.
Dimensión ambiental	Minimización de los impactos, el ahorro energético y la protección del entorno.

Nota. Elaborado en base a Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández (2013)

Finalmente, la investigación planteará un modelo conceptual con la variable innovación y Responsabilidad Social Empresarial, tomando como punto de partida las teorías vertidas anteriormente. A continuación, presentan gráficamente la relación propuesta entre las variables de estudio y la unidad de análisis.

Figura 5

Modelo relacional entre la innovación y la RSE



Nota: Elaborado y adaptado de Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández (2013), en base al Manual de Oslo y el modelo de la Triple Cuenta de Resultados

La figura anterior representa el modelo propuesto para analizar la relación entre la innovación y la RSE de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara. La variable innovación está teóricamente conformado por cuatro dimensiones claramente diferenciadas, mientras la variable RSE estará medida en sus tres categorías bajo un contexto del sector agrícola. Una vez definido el modelo se procederá a verificar el tipo y grado de relación entre las variables consideradas.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo y nivel de investigación

Tipo y de investigación

Es de tipo aplicada porque la investigación se inclinó a comprender y explicar un problema real, es decir buscó analizar la relación de la innovación, y la Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones agropecuarias de quinua, apoyándose en teorías preexistentes. Para Hernández et al. (2014), la investigación aplicada se caracteriza porque busca la utilización de los conocimientos teóricos adquiridos que darán como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad problemática.

Es de enfoque cuantitativo porque buscó la recolección de datos con el fin de contrastar las hipótesis a través de cálculos estadísticos (Hernández et al., 2014).

Nivel de investigación

El nivel de la investigación es descriptivo-relacional:

- a. **Descriptivo:** El nivel de la investigación caracterizó la innovación y las prácticas sostenibles de las unidades productivas en sus actividades de producción y comercialización. Este nivel de investigación busca especificar propiedades, características importantes de cualquier fenómeno que se analice (Hernández et al., 2014).
- b. **Relacional:** Se explicó la relación entre la variable innovación y Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Según Hernández et al. (2014) , este nivel de estudio busca conocer la relación o el grado de asociación que

pueda existir entre dos o más variables en un contexto específico, es decir mide el comportamiento de un concepto frente a otras variables vinculadas.

2.2. Método

El método de la presente investigación es deductivo, el mismo que está referido a un análisis a partir de los fenómenos generales para llegar a un particular; en ese sentido a partir del análisis de la realidad problemática y las teorías de la innovación y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se fundamentaron y sustentaron las hipótesis y conclusiones arribadas (Hernández et al., 2014).

También se empleó el método inductivo, porque a partir del análisis e interpretación de cada ítems del instrumento, se generalizaron los resultados obtenidos en el trabajo de investigación; y analítico-sintético; ya que, se estudió las variables de forma independiente, luego de forma holística e integral (Hernández et al., 2014).

2.3. Población y muestra

Población

La población está conformada por 52 organizaciones agropecuarias productoras de quinua que están ubicadas en el distrito de Chiara del departamento de Ayacucho. Estas organizaciones empresariales legalmente están constituidas como personas jurídicas tales como: Empresas, asociaciones y cooperativas agrarias, por ello, la población estuvo dividido en 03 estratos, detalladas de la siguiente manera: 44 asociaciones civiles sin fines de lucro, 4 cooperativas agrarias y 4 empresas y estos datos son obtenidos teniendo como marco de referencia la base de datos de la Municipalidad Distrital de Chiara actualizado hasta el año 2021 (ver detalle en anexo F).

Tabla 4*Población de estudio*

Tipo de organización	N° de organizaciones
Asociación	44
Cooperativa	4
Empresas	4
Total	52

Nota. Base de datos de la Municipalidad Distrital de Chiara

Muestra

El estudio no necesitó de la determinación de una muestra debido a que la población es de tamaño pequeño, por tanto, se analizó a las 52 organizaciones productoras, quienes están representados por el titular o el personal encargado de brindar información de calidad sobre las variables de investigación.

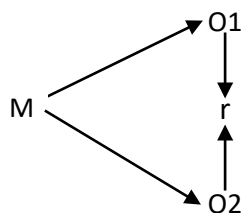
2.4. Fuentes de información

Estuvo constituidos por:

- Fuentes primarias: Los resultados de las encuestas aplicadas a las organizaciones productoras de quinua (ver anexo E).
- Fuentes secundarias: Informes y datos estadísticos de la Dirección Regional Agraria Ayacucho (DRA) con respecto a la producción (Siembra, cosecha, postcosecha) y comercialización de quinua. Se investigaron libros, artículos científicos electrónicos, entre otros estudios con respecto a las variables.

2.5. Diseño de investigación

Es no experimental y transversal porque los datos se recogerán por única vez en un tiempo y espacio determinado, siendo en la circunscripción del distrito de chiara. Es del tipo de diseño de investigación no experimental porque no se variará o manipulará de forma intencional ninguna variable para ver su efecto sobre otras, sino que se observan situaciones ya existentes (Hernández et al., 2014).



Donde:

M = Organizaciones productoras de quinua

O1 = Innovación

O2 = Responsabilidad Social Empresarial

r = Relacional

2.6. Técnicas e instrumentos

2.6.1. Técnicas

- **Análisis documental:** Esta técnica consiste en la revisión sistematizada de información de diferentes fuentes documentarias secundarias que están disponibles en las organizaciones y aquellas que están gestionadas por las instituciones públicas.
- **Encuesta:** Constituye una técnica de recojo de información social, cuya principal característica, es la posibilidad de poder abarcar a un grupo amplio de organizaciones agropecuarias al mismo tiempo. Se emplea principalmente para investigaciones sociales.

2.6.2. Tipo de instrumentos

- **Revisión de documentos:** Para un análisis descriptivo de las variables, se analizó los diferentes documentos disponibles de la organización, así como como los Planes de Desarrollo Concertado (PDC), informes de los programas sociales (Procompite, Agroideas y Agrorural) y los datos estadísticos de la Dirección Regional Agraria (DRA) y otras entidades públicas que provean de información sobre la cadena productiva de la quinua.
- **Cuestionario:** Se elaboró un cuestionario para obtener la información correspondiente a la variable innovación en sus diferentes categorías, así como, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus dimensiones económicas, sociales y ambientales. El cuestionario se basó en preguntas cerradas con codificación de respuestas de tipo escala de Likert, y se dieron de forma personal o por medios electrónicos. Este cuestionario tiene una lista de 29 ítems con sus respectivas alternativas y agrupados en dos áreas que corresponden a las variables: innovación y Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Para medir la variable innovación se consideró dieciocho (18) ítems, estos a su vez subdivididos en 4 grupos que corresponden a las dimensiones producto, proceso, marketing y organización, según la propuesta del Manual de Oslo (2018). Por otro lado, para medir la variable Responsabilidad Social Empresarial se consideró once (11) ítems agrupados en 3 categorías correspondientes a las dimensiones desempeño económico, social y ambiental, según el modelo de la Triple Cuenta de Resultados (Elkington, 1999).

2.6.3. Fiabilidad del instrumento de medición

Es la capacidad de un instrumento de originar resultados similares cuando se repita su aplicación por segunda o tercera vez a la misma unidad de análisis, manteniendo situaciones relativamente parecidas como sea posible (Vara-Horna, 2010). El estudio utilizó el tipo de fiabilidad por consistencia interna, es decir analizó el nivel en que los ítems se relacionaron entre sí, comprobados a través del método estadístico Alfa de Cronbach.

El Alfa de Cronbach nos permitió medir que tan homogéneo y consistente fueron las escalas tipo Likert para la variable innovación y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Para ello se obtuvo un índice por cada variable, es decir se evaluó de forma separada, ya que generará un grado de fiabilidad cuando los resultados oscilan entre 0 y 1. Existirá una buena consistencia interna cuando el índice (valor de alfa) sea igual o superior a 0.7 (Vara-Horna, 2010).

Se realizó una prueba piloto encuestando sólo a 20 organizaciones del distrito de Chiara con la finalidad de ver la fiabilidad del instrumento propuesto a través del método estadístico de Alfa de Cronbach, obteniendo los siguientes resultados por cada variable (ver anexo E):

Fórmula:

$$a = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S^2}{ST^2} \right]$$

Donde:

K: Número de ítems

$\sum S^2$: Sumatoria de varianzas de los ítems

ST^2 : Varianza de la suma de los ítems

a: Coeficiente de alfa de Cronbach

Tabla 5*Resultado del alfa de Cronbach: Variable innovación*

Alfa de Cronbach	Número de ítems
0.771	18

Tabla 6*Resultado del alfa de Cronbach: Responsabilidad Social Empresarial*

Alfa de Cronbach	Número de ítems
0.801	11

En ambos resultados del alfa de Cronbach aplicados a 20 organizaciones productoras de quinua que están ubicadas en el distrito de Chiara, podemos concluir que existe fiabilidad en el instrumento ya que los indicadores son iguales o superiores a $\alpha=0.7$ (Ver anexo E)

2.6.4. Validez del instrumento de medición

Se realizó la validez de constructo, utilizando la técnica estadística llamada análisis factorial, que consiste en utilizar el instrumento para ser agrupados los diferentes ítems según su semejanza y obteniendo factores (Vara-Horna, 2010). Estos factores deben coincidir con cada dimensión de la variable innovación y Responsabilidad Social Empresarial (RSE), propuesto inicialmente en la matriz de operacionalización y el cuestionario. Todas las dimensiones de las variables fueron sometidas a un análisis factorial exploratorio mediante el método de extracción de componentes principales con rotación varimax.

Tabla 7

Resultado de la validez de constructo para las dimensiones de la variable innovación

Dimensiones	Análisis factorial					N° Ítems
	Prueba de KMO (>=0,50)	Prueba de esfericidad de Bartlett			AVE (>= 50%)	
		Chi-cuadrado aproximado	Gl	Sig.		
Innovación de producto	0.500	6.639	1	0.010	67.715%	2
Innovación de proceso	0.668	107.978	21	0.000	62.672%	7
Innovación en marketing	0.853	159.699	15	0.000	59.894%	6
Innovación organizacional	0.627	31.436	3	0.000	63.723%	3

Tabla 8

Resultado de la validez de constructo para las dimensiones de la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Dimensiones	Análisis factorial					N° Ítems
	Prueba de KMO (>=0,50)	Prueba de esfericidad de Bartlett			AVE (>= 50%)	
		Chi-cuadrado aproximado	gl	Sig.		
Desempeño económico	0.623	29.568	3	0.000	62.420%	3
Desempeño social	0.5	13.656	6	0.034	66.216%	4
Desempeño ambiental	0.725	60.207	6	0.000	61.340%	4

Las tablas anteriores indica la prueba de validez del constructo para las variables innovación y Responsabilidad Social Empresarial (RSE), para ello se realizó el análisis factorial exploratorio aplicando el método de los componentes principales. La prueba realizada a cada dimensión reporta un KMO mayor o igual a 0.50 en cada caso, con lo cual se cumple con lo mínimo aceptable. Además, se muestra los resultados de la prueba de esfericidad de Bartlett cuyos valores denotan que la matriz de correlaciones entre los ítems de cada indicador es significativa (sig <.05) en cada caso. Finalmente, los resultados de la

varianza explicada (AVE) de cada indicador muestran que el número de ítems utilizados están explicados en un solo factor, alcanzado para ello una AVE superior al 50% en cada caso. Estos hallazgos indican que la prueba tiene validez de constructo.

2.7. Análisis e interpretación de los resultados

2.7.1. Análisis descriptivo

En el procesamiento de la información se utilizó tablas y figuras estadísticas (diagrama de caja o bigotes, medias de tendencia central y de dispersión), empleando programas como Excel y SPSS Statistics 23.

2.7.2. Análisis de la prueba de hipótesis

En la contrastación de la hipótesis se utilizó el método estadístico inferencial no paramétrico correlación de Spearman que permitió medir la relación entre las variables. Mediante esta prueba estadística logramos analizar la hipótesis general y específicas, que permitieron arribar a conclusiones.

III. RESULTADOS

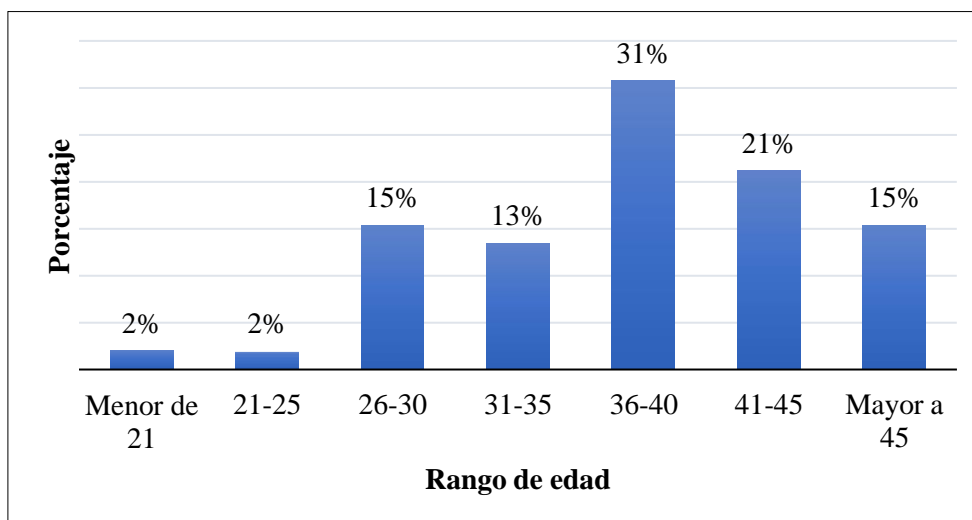
3.1 Resultados a nivel descriptivo

Los resultados obtenidos del cuestionario fueron analizados mediante la estadística descriptiva, expresadas en tablas de frecuencia y figuras, tanto para los datos generales y los indicadores o ítems respectivos de cada variable.

3.1.1 Resultado de las preguntas generales

Figura 6

Edad de los encuestados



Nota. Elaborado en base a la encuesta realizada

Las organizaciones están representadas por productores de quinua quienes estuvieron a cargo de brindar la información con respecto a sus organizaciones y que en su mayoría tienen entre 36 a 45 años de edad, representando un 52% de los encuestados, siendo 50 varones y sólo 2 mujeres; esto significa que las organizaciones son lideradas por adultos que toman las decisiones en las etapas de producción y comercialización de la quinua.

Tabla 9*Edad de los encuestados por tipo de organización*

Variable	Tipo de organización	N	Media	Desv. Est.	Mediana
EUAU	Asociación	44	38.41	6.76	39.50
	Cooperativa	4	39.00	6.98	41.00
	Empresa	4	35.75	7.63	33.00

Nota. Elaborado en base a la encuesta realizada

De los resultados de la tabla anterior podemos mencionar que el promedio de edad de los encuestados de las asociaciones, cooperativas y empresas es de 38, 39 y 36 respectivamente. La desviación estándar de la edad de los encuestados nos permite observar una mayor dispersión en las empresas (7.63) mientras que en el caso de las asociaciones y cooperativas es levemente más bajo con respecto a su promedio (6.76 y 6.98 respectivamente). Finalmente, el 50% de las personas encuestadas en las asociaciones tienen menos de 40 años de edad (mediana); y en las cooperativas y asociaciones menores a (41) y (33) años respectivamente.

Tabla 10*Años de operación y número de socios por tipo de organización*

Variable	Tipo de organización	N	Media	Desv. est.	Mediana
Años	Asociación	44	5.795	2.329	5.000
	Cooperativa	4	6.00	2.16	5.50
	Empresa	4	4.500	1.915	4.000
N° de socios	Asociación	44	19.386	5.013	25.86
	Cooperativa	4	22.75	9.57	42.07
	Empresa	4	11.50	4.12	35.85

Nota. Elaborado en base a la encuesta realizada

De la tabla anterior podemos mencionar que el promedio de años de operación de las asociaciones, cooperativas y empresas es de 6, 6 y 5 respectivamente, reflejando una reciente constitución y formalización como personas jurídicas con el fin de obtener mayores beneficios propias de la actividad y de los programas del Estado como, por ejemplo, Agroideas, Procompite, Agrorural, entre otras. Además, el promedio de número de socios de las asociaciones, cooperativas y empresas es de 19, 23 y 12 socios, respectivamente; esta diferencia es debido a la naturaleza propia de cada organización.

Tabla 11

Cargo en la organización según sexo

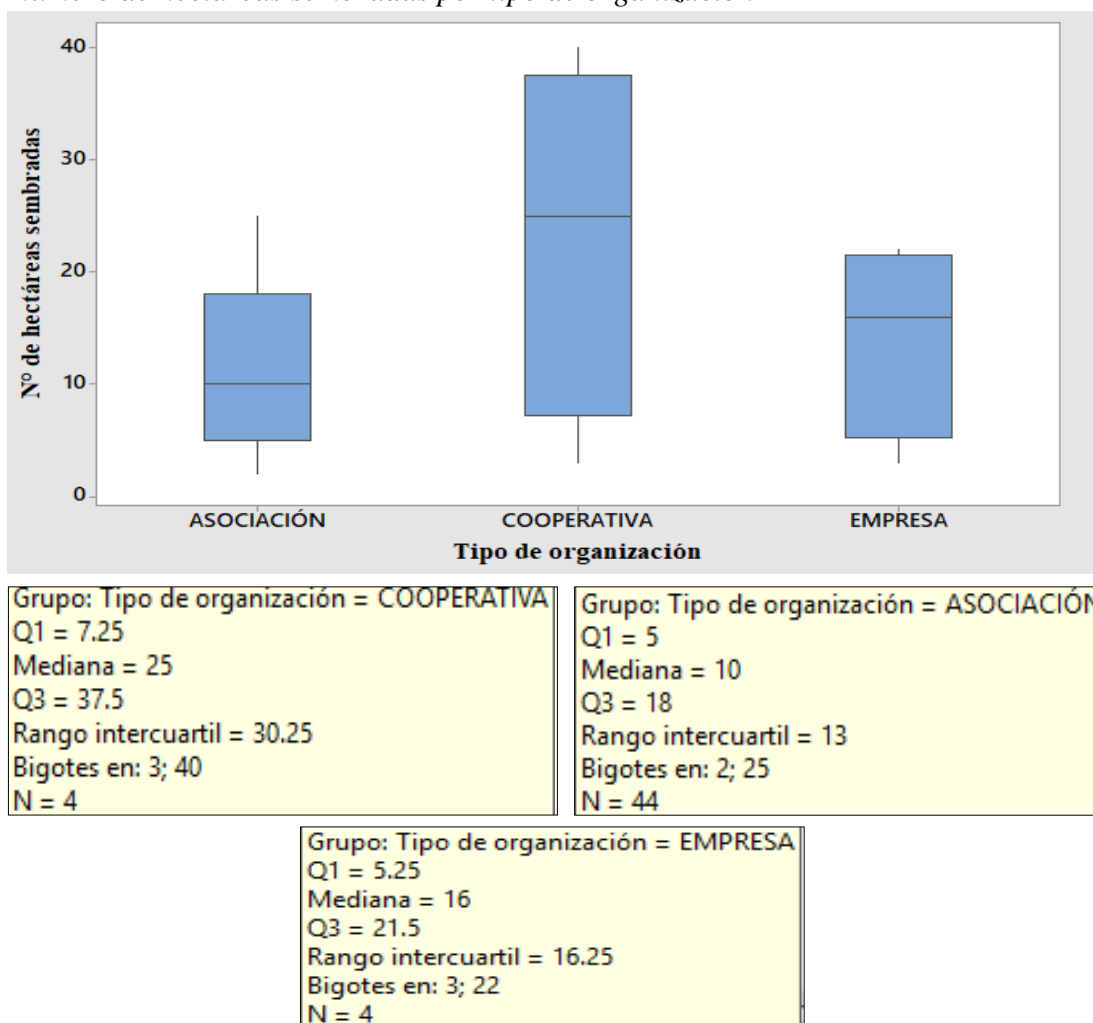
	Sexo		Total
	Femenino	Masculino	
Gerente	0	1	1
Presidente	0	25	25
Secretario	2	1	3
Condición o cargo			
Socio	0	9	9
Tesorero	0	4	4
Vicepresidente	0	5	5
Vocal	0	5	5
Total	2	50	52

Nota. Elaborado en base a la encuesta realizada

De un total de 52 organizaciones encuestadas se puede notar que solo 2 personas son mujeres que ocupan un cargo directivo en comparación de los varones que hacen un total de 50. Esto indica que existe poca participación de las mujeres en algún cargo directivo (toma de decisiones), a pesar de que la mujer cumple un rol fundamental dentro del proceso de producción de la quinua (siembra, mantenimiento, cosecha, postcosecha e industrialización) hasta la venta del producto final en los diferentes nichos de mercado.

Figura 7

Número de hectáreas sembradas por tipo de organización



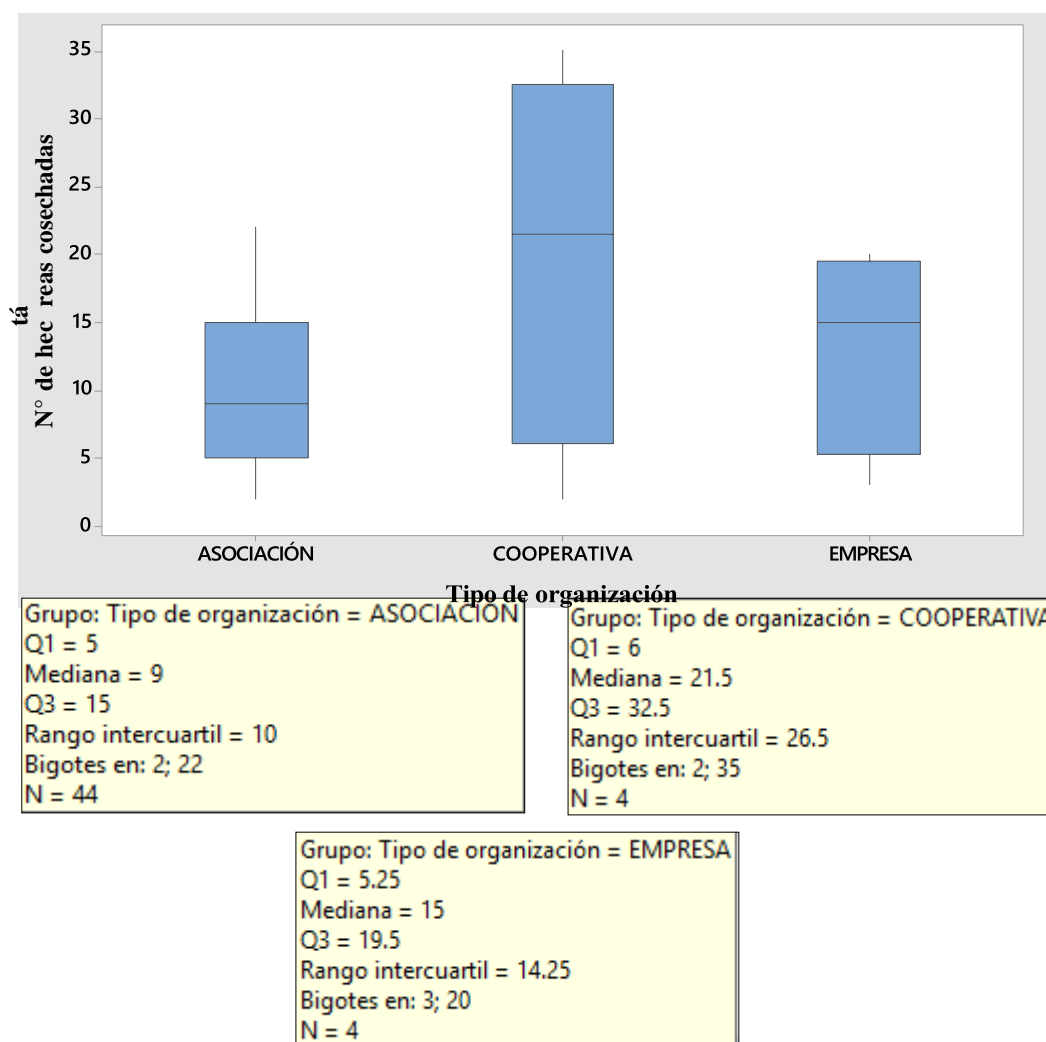
Nota. Elaborado en base a la encuesta realizada

La figura indica que en las cooperativas agrarias el 50 % de las organizaciones logran sembrar menos de 25 ha y 2 cooperativas más de 25 ha esto debido al modelo de organización en donde los socios se encuentran más comprometidas con los objetivos de las organizaciones, a comparación de las asociaciones sin fines de lucro el cual es un modelo más trabajado en la zona rural y que en base a la experiencia solo algunos de ellos lograron tener éxito esto debido a que no tiene un fin económico y con respecto a las empresas se debe al número

reducido de socios con la que cuenta la organización cabe aclarar que las empresas también cumplen el papel de acopiador más que de productor.

Figura 8

Número de hectáreas cosechadas por tipo de organización



Nota. Elaborado en base a la encuesta realizada

La figura indica que el 50% de las cooperativas lograron cosechar menores a 21.5 ha y 2 cooperativas mayores a 21.5 ha, mientras por otro lado el 50% de las empresas lograron cosechar hasta 15 ha y las asociaciones hasta 9 hectáreas. Es necesario mencionar que hoy las cooperativas están pasando a ser la más aceptadas en las formas de organización en el sector agrario debido a su naturaleza social y

económica, reflejándose así en la efectividad y el compromiso que asumen sus integrantes. Sin embargo, cabe destacar que todas las organizaciones reducen las hectáreas cosechadas frente a las hectáreas sembradas debido a los factores externos tales como: La sequía, exceso de lluvia, granizadas y yerbas en abundancia el cual hace que se deje de cosechar.

Tabla 12

Rendimiento de la quinua por variedad y tipo de organización

Variable	Tipo de organización	N	Media	Desv. Est.	Mediana
Variedad blanca	Asociación	44	2.9136	0.4180	3.0000
	Cooperativa	4	3.125	0.299	3.100
	Empresa	4	3.125	0.299	3.100
Variedad roja	Asociación	44	3.0682	0.5870	3.1000
	Cooperativa	4	3.175	0.556	3.200
	Empresa	4	3.250	0.208	3.250

Nota. Elaborado en base a la encuesta realizada

De los resultados de la tabla anterior podemos mencionar que el promedio de rendimiento por hectárea de quinua blanca fue de 3.125 toneladas tanto en las cooperativas y empresas evaluadas, mientras en las asociaciones es ligeramente menos (2.9136 toneladas). Caso similar se presenta en el análisis del rendimiento de la quinua roja, donde los rendimientos obtenidos en las empresas, cooperativas y asociaciones fueron de 3.250, 3.175 y 3.0682 toneladas, respectivamente. Esto indica que las empresas logran mayor productividad en cuanto a la quinua roja, esto debido aún mejor manejo y control de la cadena productiva.

3.1.2 Resultado de la variable: innovación

a. Dimensión: innovación del producto

Tabla 13

Creación de nuevos productos

P1: ¿En los últimos 5 años la organización ha creado nuevos productos de quinua con valor agregado?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	21
	En desacuerdo	28	54
	Indiferente	11	21
	De acuerdo	1	2
	Totalmente de acuerdo	1	2
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 75% de las organizaciones indicaron que las organizaciones en los últimos 5 años no han creado productos con valor agregado de la quinua, esto debido a que no cuentan con las plantas de procesadora para generar valor agregado, el 4% si viene generando valor agregado y el 21% es indiferente a la pregunta, puesto que no tienen ningún interés en generar valor agregado.

Tabla 14

Incorporación de semillas mejoradas

P2: ¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas variedades de semillas a la siembra?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6
	En desacuerdo	22	42
	Indiferente	24	46
	De acuerdo	3	6
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

La tabla anterior muestra que el 48% de las organizaciones indican que en los últimos 5 años no se ha incorporado nuevas variedades de semillas de quinua en la siembra, esto debido a que la quinua roja, blanca Junín, blanca variedad arete y blanca variedad choclo, son las más adaptables al clima y tipo de suelo del lugar, además de ser las más comerciales; razón por la cual no muestran interés en incorporar más variedades a su siembra.

Cabe resaltar que existe un 46% de encuestados que indicaron tener algún interés de incorporar diferentes variedades de quinua, aunque actualmente no lo realicen por temor a la demanda y al precio de la misma. Finalmente, sólo un 6% si incorporaron nuevas variedades de quinua tales como: amarilla Marangani y negra Collana, esto con el propósito de diversificar la cartera de productos y diversificar los riesgos.

Indicaron también que a pesar de que existe alrededor de 100 variedades de quinua, por mencionar solo algunos de ellos tales como: *Blanca de Juli, Kankolla, Hulhuas, Rosada de Junin, Huacariz, Mantaro, Rosada de Yanamango, Cheweca, Rosada Taraco, Illpa INIA, Amarilla Sacaca e INIA Altiplano*, no muestran interés en adaptarlo y cultivarlos porque según la experiencia con la que cuentan las variedades cultivadas son las más seguras y las más demandadas.

b. Dimensión innovación del proceso

Tabla 15

Certificaciones de sistemas de calidad

P3: ¿La organización cumple con los requisitos para su certificación en prácticas agrícolas?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	24	46
	En desacuerdo	24	46
	Indiferente	2	4
	De acuerdo	2	4
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 92% de las organizaciones indican que no cumplen los requisitos para su certificación en buenas prácticas agrícolas, esto debido a que es costosa, y varía de acuerdo al nicho de mercado al cual va dirigido, además la gran mayoría de las organizaciones encuestadas solo venden sus productos a granel en el mercador local, regional y nacional. Finalmente, un 4% indica que si cumple con los requisitos para su certificación de buenas prácticas agrícolas ya que estas organizaciones vienen incursionando sus productos en el mercado internacional.

Tabla 16

Cumplimiento de la normatividad

P4: ¿La organización cumple con las reglas o normas impuestas para realizar las diferentes actividades?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	8
	En desacuerdo	4	8
	Indiferente	27	52
	De acuerdo	17	33
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

De lo anterior se observa que el 52% de las organizaciones es indiferente a las normas impuestas, mostrando el desinterés de las organizaciones, en especial de los integrantes de las asociaciones, ya que solo buscan ser asistidos con algunos fondos concursables y regalos de las diferentes instituciones públicas y privadas que promueven el apoyo a dichas organizaciones. Se observa además que el 33% de las diferentes organizaciones si cumplen con las normas impuestas por la organización, expresando así las buenas prácticas en el concepto de derechos y deberes organizacionales.

Tabla 17

Incorporación de nuevas técnicas de sembrío

P5: ¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas técnicas de sembrío de quinua?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4
	En desacuerdo	16	31
	Indiferente	26	50
	De acuerdo	8	15
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

La tabla anterior muestra que, del total de organizaciones encuestada, sólo el 15 % innova en cuestión de técnicas de sembrío y el 35% no incorpora nuevas formas de sembrío y que sólo practican las técnicas tradicionales ya que desconocen los costos en que incurren cada movimiento innecesario. Finalmente podemos analizar que existe un 50% de organizaciones que se muestran indiferentes a adoptar o no nuevas técnicas de sembrío y siempre realizan lo que la mayoría práctica.

Tabla 18*Incorporación de nuevas técnicas de cosecha*

P6: ¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas técnicas de cosecha para la quinua?		Frecuencia	Porcentaje
Válida	Totalmente en desacuerdo	1	2
	En desacuerdo	12	23
	Indiferente	17	33
	De acuerdo	16	31
	Totalmente de acuerdo	6	12
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 43 % de las organizaciones indican que si se incorporó las nuevas técnicas tales como las trilladoras sobre orugas que permiten reducir el proceso de cosecha (cortar, reunir, pisar, ventear y encostalar) en una sola actividad, puesto que la maquina cumple la función de cortar, para luego ser contenidos en costales listas para el almacén. Se muestra también que el 25% de las organizaciones no han incorporado nuevas técnicas de cosecha debido a que algunos cultivos se encuentran en quebradas, dificultando el ingreso de las máquinas, por ello se realizan de manera tradicional y ancestral.

Finalmente, existe un importante 33% de organizaciones que mencionaron ser indiferentes a cualquier técnica ya sea tradicional o tecnificada esto dependerá de las zonas donde se instaló el cultivo.

Tabla 19*Incorporación de nuevas técnicas de post cosecha*

P7: ¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas formas de traslado de la cosecha?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2
	En desacuerdo	24	46
	Indiferente	22	42
	De acuerdo	5	10
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 48% de las organizaciones indican que el traslado lo realizan con algún tractor agrícola o carro (como siempre lo vinieron realizando), siendo toda la producción vendida a granel. Además, el 42% de las organizaciones indicaron ser indiferentes ante la pregunta de incorporar nuevas modalidades de traslado y el 10% si incorporo nuevas técnicas de traslado tales como: traslado de panoja a domicilio y traslado en la misma trilladora e incluso muchas de ellas se deslindan de este proceso logrando venderlos solo en el campo del cultivo.

Tabla 20*Uso de nuevas maquinarias y equipos*

P8: ¿La organización ha incorporado nuevos equipos y máquinas con el fin de mejorar las actividades productivas?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	4	8
	Indiferente	15	29
	De acuerdo	21	40
	Totalmente de acuerdo	12	23
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 63% de las organizaciones indicaron que si se incorporó nuevas máquinas y equipos con la finalidad de reducir los costos de producción como las horas-hombre durante todo el proceso productivo. Por otro lado, el 29% de las organizaciones no muestra interés en incorporar nuevos equipos y maquinas por desconocimiento de los beneficios que se pudieran generar o el limitado presupuesto para la inversión de estos activos fijos.

Tabla 21

Almacenamiento de productos

P9: ¿La organización ha mejorado los lugares de almacenamiento de granos de quinua?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	8
	En desacuerdo	24	46
	Indiferente	15	29
	De acuerdo	9	17
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 54% de las organizaciones indicaron que no mejoraron los lugares de almacenamiento de los granos de quinua con la finalidad de tener una humedad adecuada y mantenerlos limpios y ventilados. Además, un 29% de las organizaciones se mantienen indiferentes ante la pregunta y existe un importante 17% de organizaciones que realizaron alguna mejora en sus almacenes, muchas de ellas apoyadas por los fondos concursables por partes de instituciones públicos-privados, inversiones propias o incluso en almacenes en sesión de uso por parte de uno de los socios.

c. Dimensión innovación en marketing

Tabla 22

Mejoras en el diseño de la marca

P10: ¿La organización ha mejorado su logotipo con la finalidad de ser reconocida por su nombre?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	14
	En desacuerdo	18	35
	Indiferente	12	21
	De acuerdo	15	30
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 30% de las organizaciones encuestadas tienen desarrollado un logotipo que permita reconocer la marca de la organización y su cartera de productos; sin embargo, el 49% de las organizaciones no mejoraron su logotipo o simplemente no lo tienen debido a que la mayoría solo comercializan sus productos a granel y su producción va dirigido a acopiadores de campo o el mercado local, por ello se muestra poco interés en diferenciarse y posicionarse en nuevos mercados.

Tabla 23

Desarrollo del empaque o envase

P11: ¿La organización ha mejorado sus empaques o envases con la finalidad de distinguirse de la competencia?		Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente en desacuerdo	8	15
Válido	En desacuerdo	19	37
	Indiferente	16	31
	De acuerdo	9	17
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 52% de las organizaciones no tiene interés de mejorar su empaque o envase puesto que las ventas que realizan son a granel y los hacen en costales de 100 kg, el 31 % tiene alguna intención de desarrollar sus empaques o envases y sólo el 17% si tiene desarrollada su empaque o envase ya sea para la venta nacional o internacional.

Tabla 24

Desarrollo del embalaje

P12: ¿La organización ha mejorado su embalaje (sacos o cajas) con la finalidad que permita circular el aire y no se malogre el producto?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	19
	En desacuerdo	27	52
	Indiferente	9	17
	De acuerdo	5	10
	Totalmente de acuerdo	1	2
	Total	52	10

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

De la tabla anterior se indica que el 71% de las organizaciones no mejoraron el embalaje de su producto ya que solo los venden a granel en sacos de 100 kg, además como en su mayoría son organizaciones que no tienen certificaciones de buenas prácticas agrícolas realizan sus actividades de almacenamiento a la deriva y de forma tradicional.

Tabla 25*Políticas de precio*

P13: ¿La organización se agrupa con otros productores con la finalidad de realizar ventas conjuntas y lograr un mayor precio en el mercado?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2
	En desacuerdo	10	19
	Indiferente	15	29
	De acuerdo	23	44
	Totalmente de acuerdo	3	6
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

Sólo el 50 % de las organizaciones indicaron que, si realizan las ventas conjuntas, puesto que les genera un mayor ingreso total, ya que al vender en mayores cantidades logran un mayor precio de venta. El 29% de las organizaciones encuestadas indican que, si realizan las ventas conjuntas, pero sin embargo muchas veces no logran cumplir con los compromisos de venta esto debido a que muchos agricultores llegan a fallar el compromiso porque las venden a otros intermediarios y logran acumular cantidades inferiores al pactado con el cliente. Finalmente, existe un 21 % de organizaciones que venden su producción de manera individual a intermediarios y/o acopiadores no pudiendo ser parte del beneficio de ventas conjuntas.

Tabla 26*Promoción del producto*

P14: ¿La organización viene utilizando adecuadamente una página web o red social para publicar y vender sus productos?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	8
	En desacuerdo	3	6
	Indiferente	15	29
	De acuerdo	28	54
	Totalmente de acuerdo	2	4
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 58% de las organizaciones indican que, si vienen utilizando una página web o red social, cabe precisar que el más usado son las redes sociales y sólo algunos tienen una página web. El 29% tienen dificultades en la implantación de una página web o red social y sólo un 14% indicó que no utiliza una red social y mucho menos una página web, esto debido a que no todos los directivos o socios tienen esa capacidad de manejar estas redes ya que muchos de ellos tienen educación básica.

Tabla 27*Nuevos canales de venta*

P15: ¿La organización diversificó sus lugares de venta?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6
	En desacuerdo	20	38
	Indiferente	20	38
	De acuerdo	7	13
	Totalmente de acuerdo	2	4
Total	52	100	

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

Sólo el 17% de las organizaciones indicaron que si diversificaron los lugares de venta; sin embargo, un 38% manifestaron que están en busca de nuevos mercados, pero aun lo siguen realizando a intermediarios y acopiadores al igual que el 44% de las organizaciones quienes indicaron que no diversifican sus canales de venta ya que los venden a granel y lo realizan a intermediarios y/o acopiadores sólo en los lugares de cosecha (llamados comúnmente como “chacras”)

d. Dimensión: innovación en organización

Tabla 28

Estilos de la organización del trabajo

P16: ¿La organización fomenta un trabajo en equipo?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	9	17
	Indiferente	26	50
	De acuerdo	16	31
	Totalmente de acuerd	1	2
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

De la tabla anterior se concluye que el 33% de las organizaciones fomenta el trabajo en equipo, especialmente en las cooperativas y empresas. Por otro lado, un 17% de organizaciones mencionaron que no fomentan el trabajo en equipo, dicha situación se acentúa en las asociaciones ya que existe un desinterés por el desarrollo del trabajo en equipo a pesar que su finalidad así lo establezca, podemos inferir que esta situación es debido a que sus integrantes sólo buscan el asistencialismo. Finalmente, un 50% de las organizaciones

indican que están en proceso de implementar el trabajo en equipo sin embargo tienen grandes dificultades para hacerlo costumbre.

Tabla 29

Formación del personal que labora

P17: ¿La organización se preocupa en mantener capacitado a sus socios o trabajadores?		Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en			
	desacuerdo	1	2
Válido	En desacuerdo	13	25
	Indiferente	25	48
	De acuerdo	11	21
	Totalmente de acuerdo	2	4
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 25% de las organizaciones se preocupan por capacitar a sus asociados y/o trabajadores, muchos de ellos aprovechan las capacitaciones que brindan las diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales. El 48% de las organizaciones realizan eventualmente algunas capacitaciones y sólo un 27 % de las organizaciones no se preocupan en mantener capacitado a sus asociados, siendo organizaciones que subsisten y no practican la asociatividad (organizaciones descuidadas)

Tabla 30*Manejo de proveedores*

P18: ¿La organización se preocupa en mantener una adecuada relación con sus proveedores de semilla?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en		
	desacuerdo	7	13
	En desacuerdo	35	67
	Indiferente	8	15
	De acuerdo	2	4
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 80% de las organizaciones indican que no se preocupan en mantener una buena relación con sus proveedores de semillas, esto porque cada productor tiene sus propias semillas y algunas veces las compran al INIA o de otro productor que tuviera para la campaña, además las compras de las semillas se realizan en pequeñas cantidades (20 kg por ha) en donde no amerita realizar algún tipo de convenio con algún tipo de proveedor. El 19% si se preocupa en tener buena relación con sus proveedores, porque solo así generan mayor confianza y logran adquirir semillas certificadas o garantizada, esto porque las adquieren de proveedores de otros distritos, departamentos y algunas instituciones de investigación agraria

3.1.3 Resultado de la variable: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

i. Dimensión: Desempeño económico

Tabla 31

Aumento de los beneficios

P19: ¿La organización aumentó sus ganancias en los últimos 5 años?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	12	23
	Indiferente	24	46
	De acuerdo	16	31
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 31 % de las organizaciones indican que si aumentaron sus ganancias a raíz de que algunas organizaciones practican las compras y ventas conjuntas, además en lo posible tratan de mecanizar el proceso productivo para así reducir la mano de obra y otros costos innecesarios. El 46% indicaron que en los últimos 5 años incrementaron ligeramente sus ganancias, ya sea porque obtuvieron una buena cosecha y los precios en el mercado se mantuvieron casi estables. Sólo el 23% de las organizaciones indicaron que no aumentaron sus ganancias, más por el contrario creen que disminuyo porque se tuvo un alza ligera del precio de la materia prima e insumos (abono, gallinaza, mano de obra, horas máquinas y agroquímicos)

Tabla 32*Variación del rendimiento del cultivo*

P20: ¿La organización aumentó sus rendimientos (Toneladas/hectárea) en los últimos 5 años?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2
	En desacuerdo	11	21
	Indiferente	25	48
	De acuerdo	13	25
	Totalmente de acuerdo	2	4
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 23 % de las organizaciones indican que en los últimos 5 años no aumentaron sus rendimientos, debido a muchos factores tales como: exceso de lluvias, sequía y la productividad del suelo. El 48% de las organizaciones indican que aumentaron ligeramente sus rendimientos por hectárea esto debido a que no se les presentó algún fenómeno de la naturaleza. Por último, el 29% de las organizaciones indicaron que aumentaron sus rendimientos por hectárea debido a que suministraron mayores cantidades de fertilizantes y tuvieron un mayor control de las malezas, plagas y enfermedades.

Tabla 33*Reducción de los costos*

P21: ¿La organización disminuyó sus costos de producción en los últimos 5 años?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	29
	En desacuerdo	33	63
	Indiferente	1	2
	De acuerdo	3	6
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 29% y 63% de las organizaciones indicaron que no disminuyeron sus costos de producción debido al alza del precio de los insumos (abono, gallinaza, mano de obra, horas máquinas, agroquímicos, entre otros). Sólo el 8 % indicaron que si disminuyeron sus costos de producción porque tienen cuidado en realizar sus gastos innecesarios durante el proceso de producción.

ii. Dimensión: Desempeño social

Tabla 34

Salud y seguridad laboral

P22: ¿La organización se preocupa por utilizar equipos de protección personal durante la fumigación de la planta?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	23
	En desacuerdo	24	46
	Indiferente	13	25
	De acuerdo	3	6
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 69% de las organizaciones indicaron que no se preocupan por capacitar y dotar de equipos de protección personal a sus trabajadores durante la fumigación de la planta, debido a que la gran mayoría terciariza esta labor a los peones a cambio de un jornal. Por otro lado, sólo un 25% indicaron que en algún momento la organización realizó capacitaciones con respecto a la peligrosidad del manejo de los agroquímicos y la importancia de los Equipos de Protección Personal. Solo el 6% de las organizaciones se preocupan en usar los Equipos de Protección Personal ya que les permite cumplir con los estándares dados por las empresas certificadoras.

Tabla 35*Igualdad de oportunidades*

P23: ¿Las mujeres participan constantemente en todas las actividades de producción y venta de los productos?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	3	6
	Indiferente	24	46
	De acuerdo	23	44
	Totalmente de acuerdo	2	4
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

Según los resultados de la tabla anterior, el 48% de las organizaciones mencionaron la contribución del género femenino en las diferentes actividades, podemos inferir que las organizaciones involucran la participación de las mujeres en el proceso productivo, quienes cumplen un rol muy importante y necesario, sin embargo, casi no se involucra a las mujeres en cargos directivos para la toma de decisiones.

Tabla 36*Participación de profesionales en las actividades*

P24: ¿La organización fomenta una mayor participación de profesionales en las actividades productivas y comerciales?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4
	En desacuerdo	6	12
	Indiferente	29	56
	De acuerdo	14	27
	Totalmente de acuerdo	1	2
Total		52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 29 % de las organizaciones indicaron que, si fomentan la

participación de los profesionales en las actividades comerciales y productivas,

ya que entienden que será la única forma de lograr desarrollo organizacional. Un 56% indican que la participación de los profesionales aun es deficiente ya que generalmente los contratan de manera externa de acuerdo a la necesidad. El 16% de las organizaciones no fomentan la participación de profesionales.

Tabla 37

Participación en actividades sociales

P25: ¿La organización participa constantemente en las actividades sociales de ayuda en la comunidad?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	11	21
	Indiferente	21	40
	De acuerdo	19	37
	Totalmente de acuerdo	1	2
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 39% de las organizaciones indican que si participan frecuentemente en las actividades sociales comunales tales como: faenas, organización de ferias regionales, actividades de incursionamiento de la juventud a asuntos organizacionales y en otras actividades que la comunidad así lo requiera. Por otro lado, el 40 % indicaron que sólo algunas veces participan en actividades sociales relacionadas con necesidades fuera del ámbito de la actividad productiva.

iii. **Dimensión: Desempeño ambiental**

Tabla 38

Gestión del agua utilizada

P26: ¿La organización controla y no desperdicia el agua en las labores de siembra y mantenimiento de los cultivos?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en		
	desacuerdo	5	10
	En desacuerdo	19	37
	Indiferente	13	25
	De acuerdo	11	21
	Totalmente de acuerdo	4	8
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 29% de las organizaciones indicaron que, si tienen control y el uso adecuado y racional del agua, puesto que cuentan con riego tecnificado, mientras el 47% indicaron que no tienen el manejo adecuado porque el riego es por gravedad y en épocas de lluvia se pierde el control del cauce.

Tabla 39

Gestión de la energía eléctrica utilizada

P27: ¿La organización controla y utiliza adecuadamente la electricidad en sus diversas actividades?		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	1	2
	Indiferente	5	10
	De acuerdo	41	79
	Totalmente de acuerdo	5	10
	Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 89 % de las organizaciones indicaron que si utilizan adecuadamente la electricidad en las diversas actividades del proceso productivo ya sea en la utilización de los equipos y maquinarias, alumbrado de los almacenes, entre otros todo ello con el fin de disminuir los costos de producción.

Tabla 40

Materiales e insumos utilizados

P28: ¿La organización usa con frecuencia insumos naturales o alternativos en la producción de la quinua?		
Válido	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	8
En desacuerdo	19	37
Indiferente	24	46
De acuerdo	5	10
Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

Sólo el 10% de las organizaciones indicaron que principalmente utilizan como insumo el guano natural para mejorar el rendimiento de los cultivos y a la vez contribuir a disminuir la defertilización del suelo. Sin embargo, el 45% indicaron que no les preocupa el cuidado del suelo y solo usan frecuentemente insumos químicos para optimizar el rendimiento por campaña. El 46% de las organizaciones usa los abonos químicos y orgánicos a la vez generando mayor productividad en sus cultivos.

Tabla 41*Gestión de los residuos sólidos*

P29: ¿La organización recicla adecuadamente los materiales o envases de productos naturales o agroquímicos utilizados en la producción y comercialización?		
	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Totalmente en desacuerdo	7	13
En desacuerdo	25	48
Indiferente	16	31
De acuerdo	2	4
Totalmente de acuerdo	2	4
Total	52	100

Nota. Elaborado en base a las encuestas realizadas

El 61 % de las organizaciones indicaron que los productores y socios no reciclan los envases de los productos naturales o agroquímicos, reflejándose los envases en los contornos de los terrenos agrícolas y mucho de ellos los entierran en el mismo lugar y al pasar del tiempo se exponen a los exteriores, esto debido a la constante remoción del suelo. Sin embargo, el 39% de las organizaciones indicaron que reciclan los residuos sólidos y hacen la entrega al recolector municipal o los disponen en el botadero municipal.

3.2 Resultados a nivel correlacional

3.2.1 Prueba de normalidad y definición de la prueba estadística

Para saber qué tipo de prueba estadística se utilizará para contrastar la hipótesis a nivel correlacional, se realizó previamente la prueba de normalidad, de acuerdo a las siguientes etapas:

Hipótesis:

H₀: Los datos de la variable tiene una distribución normal

H₁: Los datos de la variable no tiene una distribución normal

Regla de decisión:

- a. Si p-valor es menor o igual que el $\alpha=0.05$ (alfa), se rechaza la H₀ y se acepta la H₁, es decir los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, emplearemos pruebas no paramétricas (nivel de confianza al 95%).
- b. Si p-valor es mayor que el $\alpha=0.05$ (alfa), se acepta la H₀ y se rechaza la H₁, es decir los datos tienen una distribución normal, por lo tanto, emplearemos pruebas paramétricas (nivel de confianza al 95%).

Tabla 42

Pruebas de normalidad para las variables de estudio

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig. (p-valor)	Estadístico	gl	Sig.
Variable X: Innovación	0.133	52	0.022	0.949	52	0.026
Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	0.112	52	0.100	0.975	52	0.328

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tras observar los resultados y dado que nuestra población es mayor a 50 organizaciones se tendrán en consideración la prueba de Kolmogorov-Smirnov para ambas variables. Con respecto a la variable innovación se observa que no sigue una distribución normal ya que el p-valor ($\alpha = 0.022$) es menor a 0.05 ($\alpha < 0.05$), mientras para la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se concluye que sigue una distribución normal ya que el p-valor ($\alpha = 0.100$) es mayor a 0.05 ($\alpha > 0.05$). Debido a que sólo una variable cumple con el criterio de distribución normal, se descarta la utilización de una prueba paramétrica, por lo tanto, se empleó la prueba no paramétrica de Spearman para medir la correlación entre las variables.

3.2.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

Hipótesis nula (H_0):

No existe relación significativa entre la innovación y la Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.

Hipótesis alterna (H_1):

Existe relación significativa entre la innovación y la Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara

Tabla 43*Correlación para la hipótesis general*

			Variable X: Innovación	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
Rho de Spearman	Variable X: Innovación	Coefficiente de correlación	1.000	0.508**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
	N	52	52	
	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Coefficiente de correlación	0.508**	1.000
Sig. (bilateral)		0.000	.	
N		52	52	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De los resultados obtenidos de p-valor (0.000) menor a 0.05 y rho =0.508, se concluye que existe una correlación significativa, positiva y moderada entre la variable *innovación* y *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, con un grado de significancia del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Hipótesis específica 1

Hipótesis nula (H_0):

No existe relación significativa entre la innovación en el producto y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Hipótesis alterna (H_1):

La innovación en el producto está relacionada significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Tabla 44*Correlación para la primera hipótesis específica*

			Dimensión 01: Innovación de producto	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
Rho de Spearman	Dimensión 01: Innovación de producto	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 . 52	-0.084 0.553 52
	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	-0.084 0.553 52	1.000 . 52

De los resultados obtenidos de p-valor (0.553) mayor a 0.05 y rho =-0.084, se concluye que no existe una correlación significativa entre la dimensión *innovación del producto* y la variable *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, con un grado de significancia del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Hipótesis específica 2**Hipótesis nula (H_0):**

No existe relación significativa entre la innovación en el proceso y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Hipótesis alterna (H_1):

La innovación en el proceso se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Tabla 45*Correlación para la segunda hipótesis específica*

		Dimensión 02: Innovación en el proceso	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
Rho de Spearman	Dimensión 02: Innovación en el proceso	1,000	0.160
		.	0.257
		52	52
	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	0.160	1,000
		0.257	.
		52	52

De los resultados obtenidos de p-valor (0.257) mayor a 0.05 y rho = 0.160, se concluye que no existe una correlación significativa entre la dimensión *innovación en el proceso* y la variable *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, con un grado de significancia del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Hipótesis específica 3**Hipótesis nula (H_0):**

No existe relación significativa entre la innovación en marketing y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Hipótesis alterna (H_1):

La innovación en marketing se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Tabla 46*Correlación para la tercera hipótesis específica*

			Dimensión 03: Innovación de marketing	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
Rho de Spearman	Dimensión 03: Innovación de marketing	Coefficiente de correlación	1.000	0.567**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	52	52
	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Coefficiente de correlación	0.567**	1.000
Sig. (bilateral)		0.000	.	
		N	52	52

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De los resultados obtenidos de p-valor (0.000) menor a 0.05 y rho =0.567, se concluye que existe una correlación significativa, positiva y moderada entre la dimensión *innovación de marketing* y *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, con un grado de significancia del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Hipótesis específica 4

Hipótesis nula (H_0):

No existe relación significativa entre la innovación organizacional y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Hipótesis alterna (H_1)

La innovación organizacional se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara.

Tabla 47*Correlación para la cuarta hipótesis específica*

		Dimensión 04: Innovación organizacional	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
Rho de Spearman	Dimensión 04: Innovación organizacional	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.738**
		N	52
	Variable Y: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Coeficiente de correlación	0.738**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	52

De los resultados obtenidos de p-valor (0.000) menor a 0.05 y rho =0.738, se concluye que existe una correlación significativa, positiva y fuerte entre la dimensión *innovación organizacional* y *Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, con un grado de significancia del 5% y un nivel de confianza del 95%.

3.3 Acciones de mejora

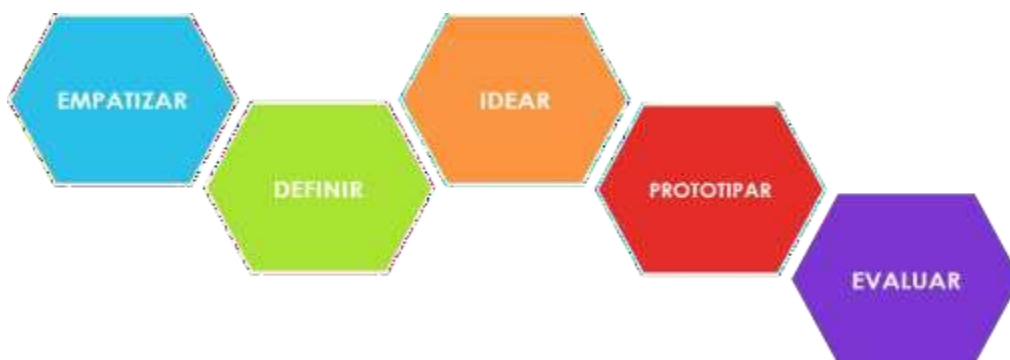
Para proponer acciones de mejora según los objetivos específicos planteados en la investigación, se utilizó la metodología design thinking ya que es una herramienta que permite resolver problemas complejos en las organizaciones. El design thinking es un enfoque de innovación colaborativo que está centrado en el usuario para la resolución de problemas cada vez más complejos, para ello la

metodología utiliza diferentes herramientas creativas con el fin de encontrar una solución (Atherino et al., 2015).

Para dar inicio al modelo design thinking se deberá formar equipos multidisciplinario, así como identificar al público al que está destinada la solución del problema. Bonini & Sbragia (2011), afirman que durante las fases del design thinking se describe un conjunto de problemas y se elige sólo una, se realiza una serie de cuestionamientos, se produce una generación de ideas y se proponen soluciones. También señala que el proceso del modelo no es lineal ya que constituyen ciclos reiterativos que pueden ocurrir en el mismo tiempo hasta lograr una solución óptima. A continuación, se detallan las etapas del Design Thinking.

Figura 9

Etapas del design thinking



Nota. Estraído de Bonini & Sbragia (2011)

Para desarrollar la metodología se necesitó de personas, espacio y metodología, además es necesario los siguientes recursos: Papelotes, plumones delgados, Pos-it. A continuación, se explica el desarrollo de los talleres:

Taller 01: Empatizar

1. Defina una necesidad:

- ✓ Las necesidades son la expresión de lo que un empresario requiere indispensablemente para el desarrollo de su área
- ✓ Elige una necesidad de todas las que tenga el área
- ✓ La necesidad tiene que permitir varias posibilidades para ser resueltas

2. Identifica problemas

- ✓ Haga la pregunta: ¿Por qué no logra cubrir o resolver esa necesidad?
- ✓ Realice una “lluvia de ideas”.
- ✓ Tenga cuidado en “disfrazar” las soluciones en el enunciado del problema.
- ✓ Los problemas no deben de repetirse, es decir tienen que ser independientes.
- ✓ Agrupe los problemas que se repitan, con el fin de formar un solo concepto.
- ✓ Los problemas deben responder a la necesidad.

Taller 02: Definir

Elección del problema a resolver:

- ✓ Analice con el grupo que problema se elegirá
- ✓ Para elegir utilice los siguientes criterios:
 - ¿Cuál es su disponibilidad?
 - ¿Cuál es su predisposición?
 - ¿Es un problema que puede el área resolver o depende de otras?

Taller 03: Idear

Alternativas de solución:

- ✓ Lluvia de ideas
- ✓ Cada idea debe ser propuesto por separado y no de manera grupal.

- ✓ Las ideas no necesitan ser ordenadas de manera secuencial o por etapas.
- ✓ Explique al grupo su propuesta.
- ✓ Las ideas que coinciden deben ser agrupados en una sola idea.

Taller 03: Prototipar

Alternativas para prototipar:

- ✓ Realice un flujograma que agrupe las actividades propuestas de manera secuencial.
- ✓ Dibuje su propuesta de valor obtenida en la etapa de la ideación

Taller 04: Evaluación

La propuesta será validada por las organizaciones

Figura 10

Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación de producto”

Empatizar	Definir	Idear	Prototipar	Evaluación
<p>Necesidad: productos con valor agregado</p> <p>Problema:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento para la industrialización con valor agregado 2. Incapacidad de seleccionar sus propias semillas mejoradas 3. Riesgo en la adquisición semillas mejoradas 4. Alto costo de inversión 	<p>Alto costo de inversión</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Financiamiento a través de fondos concursables ✓ Industrialización a través de maquilas ✓ Generar alianzas estratégicas con organizaciones de sectores equivalentes 	<p>Prototipo 01.</p> <p>Requisitos generales para acceder a fondos concursables, caso Procompite (anexo G)</p> <p>Prototipo 02.</p> <p>Modelos de contrato de maquila y outsourcing (anexo H)</p>	<p>Validado por las organizaciones</p>

Figura 11

Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación de proceso”

Empatizar	Definir	Idear	Prototipar	Evaluación
<p>Necesidad:</p> <p>Contar con certificaciones</p> <p>Problema:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alto costo de producción 2. Deficiencia en la estandarización y tecnificación del proceso de siembra, cosecha y post cosecha 3. Desconocimiento del manejo adecuado de los productos en el proceso de producción e industrialización 4. Deficiencias en la comercialización 5. Reducido precio de venta 	<p>Alto costo de producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tecnificación ✓ Estandarización de proceso productivo ✓ Reutilización de la merma para abono orgánico ✓ Compras conjuntas como organización ✓ Fortalecimiento de capacidades a socios para un mejor control de costo de producción. 	<p>Modelo de la trazabilidad del producto y el control adecuado de los costos en cada etapa del proceso productivo</p> <p>(Anexo I)</p>	<p>Validado por las organizaciones</p>

Figura 12

Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación en marketing”

Empatizar	Definir	Idear	Prototipar	Evaluación
<p>Necesidad: Aumentar la participación en el mercado</p> <p>Problema:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Limitado cartera de cliente. 2. Limitado cartera de productos 3. Desconocimiento del nicho del mercado 4. Limitada capacidad en temas comerciales 5. No cuentan con certificaciones de las entidades correspondientes para hacer uso del empaque adecuado (x ejemplo senasa, etc) 6. Aceptan el precio del mercado o de los intermediarios para esa campaña 	<p>Limitado cartera de cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pasantías ✓ Ferias comerciales ✓ Lanzamiento quinua pop ✓ Estudio de mercado ✓ Mejora de embalaje del producto ✓ Ruedas de negocio ✓ Alianzas comerciales 	<p>Plan de marketing (Anexo J)</p>	<p>Validado por las Organizaciones</p>

Figura 13

Acciones de mejora propuesto para la dimensión “innovación organizacional”

Empatizar	Definir	Idear	Prototipar	Evaluación
<p>Necesidad: modelos organizacionales</p> <p>Problema:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fines no lucrativos 2. Deficiente compromiso de los asociados para lograr cumplir con los acuerdos organizacionales (capacitaciones, acuerdos de ventas y compras, entre otros 3. Oportunismo por parte de los asociados 4. Deficiencias en el modelo organizacional 	<p>Deficiencias en el modelo organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Constituir organizaciones lucrativas y mixtas ✓ Implementación de los documentos de gestión administrativa ✓ Fortalecimiento de capacidades en dirección y liderazgo de organizaciones 	<p>Flujograma de identificación de un modelo de organización adecuada (Anexo K)</p>	<p>Validado por las organizaciones</p>

IV. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos en la presente investigación que tuvo como objetivo general analizar la relación de la innovación y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara; se ha demostrado estadísticamente que existe una relación significativa entre las variables, ya que al realizar la prueba no paramétrica correlación de Spearman se obtuvo un índice de 0.508; siendo una correlación significativa, positiva y moderada. Para arribar a estos resultados se realizó una encuesta a las organizaciones sobre las dimensiones de la innovación en producto, proceso, marketing y organización; siendo esta división una adaptación al modelo propuesto en el Manual de Oslo (2018), así mismo para obtener los resultados de la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también se realizó una encuesta a las organizaciones sobre las dimensiones de desempeño económico, social y ambiental propuesto por Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández (2013). Luego de aceptar la hipótesis general, podemos mencionar que nuestros resultados guardan relación con las investigaciones de Padilla (2018) y Olarte (2015), quienes también concluyeron que existe una relación significativa entre las actividades innovativas y las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector agropecuario. En esta misma línea, la investigación de Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández (2013) coincide con los resultados del estudio, donde señala la existencia de una relación positiva en la RSE y la innovación para lograr la competitividad de los microempresarios, proponiendo así un ecosistema de innovación y RSE.

Con respecto a los resultados obtenidos a nivel de los objetivos específicos se analizaron los constructos en sus respectivas subdimensiones, los resultados a nivel predictivo demuestran que de los cuatro tipos de innovación (producto, proceso, marketing y organización) planteados en el Manual de Oslo (2018), solamente la

innovación en marketing y en organización, predicen de forma significativa y positiva la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), lo cual se confirma las hipótesis específicas de manera parcial.

Los resultados obtenidos en la investigación rechazan la primera hipótesis específica, es decir no existe relación significativa entre la innovación en el producto y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara., cuyos hallazgos no coinciden con la investigación de Pardave (2019), donde concluye que si existe una relación significativa en la innovación de los productos y la responsabilidad social corporativa. Esta situación tiene su respuesta en la limitada innovación que las organizaciones productoras de quinua han realizado en el tipo de semilla que utilizan y en la diversificación de su producción en general, sin embargo, existe un leve esfuerzo en realizar prácticas agrícolas responsables con el medio ambiente, la sociedad en su conjunto y el cumplimiento con los beneficios económicos de sus trabajadores o socios.

También se rechaza la segunda hipótesis específica, es decir no existe relación significativa entre la innovación en el proceso y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, cuyos hallazgos también no coinciden con la investigación de Pardave (2019), donde concluye que si existe una relación significativa en la innovación en los procesos y la responsabilidad social corporativa de las empresas analizadas. Una posible explicación de este hallazgo es el nivel bajo de innovación que se realizan las organizaciones en los procesos de siembra, cosecha, post cosecha y almacenamiento del grano andino. En este sentido las organizaciones no cumplen en su mayoría con certificaciones de calidad y se evidencia la falta de normas o reglas que rijan sus actividades diarias; por otro lado, los resultados

reflejan que no existe el interés de invertir e incorporar equipos o máquinas para la siembra, cosecha, post cosecha y el almacenamiento de la producción final.

La investigación acepta la tercera hipótesis específica, es decir la innovación en marketing se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara; cuyos hallazgos se corresponden con los planteamientos de la investigación de Pardave (2019), en el sentido de que la innovación en marketing va incidir en la responsabilidad social corporativa de las empresas analizadas. Los resultados de la innovación en marketing muestran que las organizaciones están realizando ciertos esfuerzos en la promoción de sus productos, el establecimiento de políticas de precios en conjunto y la diversificación de los lugares de venta.

Finalmente, la investigación acepta la cuarta hipótesis específica, es decir la innovación organizacional se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara; este resultado obtenido está en la misma línea de los hallazgos de Pardave (2019), donde concluye que si existe una relación significativa en la innovación organizacional y la responsabilidad social corporativa de las empresas analizadas. Los resultados de la innovación organizacional muestran que poco a poco se están cambiando las formas de trabajar, liderar equipos y capacitar a sus trabajadores o socios, sin embargo, aún se descuida las relaciones con los proveedores o los grupos de interés.

CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general de la investigación se concluye que existe relación significativa entre la innovación y la Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, dado que el p-valor es menor a 0.05; donde no es posible aceptar la hipótesis nula y el valor del coeficiente de correlación de Spearman es 0.508, reflejando una correlación significativa, positiva y moderada. Las conclusiones arribas de los objetivos específicos fueron:

- No existe relación significativa entre la innovación en el producto y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, dado que el p-valor es mayor a 0.05; donde es posible aceptar la hipótesis nula y el valor del coeficiente de correlación de Spearman es de -0.084.
- No existe relación significativa entre la innovación en el proceso y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, dado que el p-valor es mayor a 0.05; donde es posible aceptar la hipótesis nula y el valor del coeficiente de correlación de Spearman es de 0.160.
- La innovación en marketing se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, dado que el p-valor es menor a 0.05; donde no es posible aceptar la hipótesis nula y el valor del coeficiente de correlación de Spearman es 0.567, reflejando una correlación significativa, positiva y moderada.
- Por último, la innovación organizacional se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, dado que el p-valor es menor a 0.05; donde no es posible aceptar la hipótesis nula y el valor del coeficiente de correlación de Spearman es 0.738, reflejando una correlación significativa, positiva y fuerte.

RECOMENDACIONES

En correspondencia a los resultados obtenidos se recomienda implementar las propuestas con las acciones consideradas para la variable innovación en el producto, proceso, marketing y organización, permitiendo un manejo responsable de las actividades agrícolas en el ámbito económico, social y ambiental.

- Se recomienda implementar las acciones de innovación en el producto relacionadas con la industrialización de la quinua a través de maquilas y/o outsourcing, permitiendo mayores márgenes de ganancia en la cadena productiva. La participación en fondos concursables del Estado será clave para lograr su inversión.
- Es de fundamental importancia implementar las acciones de innovación en el proceso relacionadas con la trazabilidad del producto y el control adecuado de los costos en cada etapa del proceso productivo. Para mantener prácticas ambientalmente sostenibles en el ciclo productivo, se recomienda utilizar insumos orgánicos, disposición adecuada de los envases químicos y otros materiales que generen la contaminación del recurso hídrico y la degradación de los suelos.
- Implementar las acciones de innovación en marketing relacionadas con la formulación y puesta en marcha de un plan de marketing que permita buscar nuevos mercados para la producción a granel y con valor agregado. Para generar mayores alternativas de ventas del producto, se debe recomendar la participación en ferias nacionales, ruedas de negocio, misiones comerciales y congresos.
- Realizar acciones de innovación organizacional relacionadas con la implementación de los documentos de gestión administrativa y el fortalecimiento de capacidades en dirección y liderazgo de organizaciones cada vez más complejas. Además, generar políticas de participación de las mujeres en la toma de decisiones y la realización de actividades culturales y deportivas con el fin de motivar los jóvenes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar-Gallegos, N., Martínez-González, E. G., Aguilar-Ávila, J., Santoyo-Cortés, H., Muñoz-Rodríguez, M., & García-Sánchez, E. I., (2016). Análisis de redes sociales para catalizar la innovación agrícola: de los vínculos directos a la integración y radialidad, *Estudios Gerenciales*, Volume 32. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.06.006>.
- Ahmed, P. K., Shepherd, C. D., Ramos, L., & Ramos, C. (2012). *Administración de la innovación* (p. 320).
- Amaro-Rosales, A., De Gortari-Rabiela, R. (2016). Innovación inclusiva en el sector agrícola mexicano: los productores de café en Veracruz, *Economía Informa*, Volume 400, 2016. Pages 86-104. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.09.006>.
- Atherino, M., Cauchick, P. A., & Casarotto, N. (2015). Las características de Design Thinking como un modelo de innovación Inovação. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 12(3), 157–182. <https://doi.org/10.11606/RAI.V12I3.101357>
- Báez, K. B. (2005). *Impacto de la innovación tecnológica en la sustentabilidad De los sistemas de producción de campesinos pehuenches. Comuna de Lonquimay. IX región de la Araucanía (Tesis de pregrado)*. Universidad De Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/101788>
- Bonini, L. A., & Sbragia, R. (2011). El modelo de design thinkig como inductor de innovación en las empresas: un estudio empírico. *Revista de Gestão e Projetos*, 2(1), 03–25. <https://doi.org/10.5585/gep.v2i1.36>
- Cabrera, J. (2003). El impacto de las declaraciones de Río y Estocolmo sobre la legislación y las políticas ambientales en América Latina. *Revista de Ciencias Jurídicas*.
- Cáceres, G., Rivera, D., Pérez, R., & Rizo, M. (2018). Plataforma web para la promoción y desarrollo de la innovación y el emprendimiento. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 26, 2. <https://doi.org/10.5377/farem.v0i26.6441>
- Cadbury, A. (2006). Corporate social responsibility. *Twenty-First Century Society*, 1(1), 5–21. <https://doi.org/10.1080/17450140600679883>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Christensen, C. M. (1999). *El dilema de los innovadores : cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar a las grandes empresas*.
- Cisneros, M., & Días, M. (2018). *Gestión financiera y la sostenibilidad económica de las asociaciones cofinanciadas por el proyecto ALIADOS II, en la provincia de Huamanga, 2015 - 2017 (tesis de pregrado)*. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/3030>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*.
- Cuevas, R. (2009). Ética y responsabilidad social de la empresa: su concepción del hombre. *Revista de la Universidad Bolivariana*, 8(23), 323–349. <https://doi.org/10.06.2009>

- D'Attoma I. & Ieva M.(2020). Determinants of technological innovation success and failure: Does marketing innovation matter?. *Industrial Marketing Management*. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.015>
- De la Cuesta, M., & Valor, C. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 2755, 7–20.
- Drucker, P. (2004). *LA GERENCIA: Tareas, Responsabilidades Y Practicas*.
- Elkington, J. (1999). *Caníbales con tenedores: el triple resultado de los negocios del siglo XXI* (Capstone (ed.)).
- FAO. (2015). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2014. En *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2020*.
- FAO. (2018). ¿Cómo liberar el potencial de la innovación agrícola para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible? *Simposio internacional sobre innovación agrícola en favor de los agricultores familiares*, 11.
- Gallardo-Vázquez, D., & Sánchez-Hernández, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, 38.
- García, M. J. (2015). La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 20, 65–77.
- Guo, S., Shen, G. Q., & Peng, Y. (2016). Embodied agricultural water use in China from 1997 to 2010. *Journal of Cleaner Production*, 112, 3176–3184. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.123>
- Hernández, R., Fernández, C., & Del Pilar Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta).
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2014). *La innovación en la agricultura: un proceso clave para el desarrollo sostenible*.
- ISO 26000. (2010). *ISO INTERNACIONAL 26000* .
- Jean, B. (2014). Innovation and modernising the rural economy. Organisation for Economic Co.
- Lizcano-Prada, J., & Lombana, J. (2018). Enfoques de la responsabilidad social empresarial en los agronegocios. *Estudios Gerenciales*, 347–356. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.148.2657>
- Mauchi, B., Huárag, E., & Riqueros, J. (2012). *Redacción y comunicación 1. Material de trabajo para el alumno PUCP*.
- Ministro de Ciencia tecnología e Innovación Productiva en Argentina. (s/f). *Tendencias y escenarios de la innovación en el sector agroalimentario proyecto “2020: escenarios y estrategias en ciencia, tecnología e innovación”*. 123.
- Montecinos-Jiménez, A. (2020). La Innovación Disruptiva en Tiempos de Crisis. *Facultad de Economía y Negocios, Universidad Alberto Hurtado, Santiago de Chile*, 15(4), 3–4.

- Montoya, O. (2004). *Schumpeter, Innovación Y Determinismo Tecnológico*. Scientia Et Technica.
- Murguía, L. Al. (2016). *Gestión de innovación en agronegocios para aumentar la competitividad de la cooperativa café Perú en la provincia de Chanchamayo (tesis de pregrado)*. <https://hdl.handle.net/20.500.12996/2734>
- OCDE. (2005). *El Manual de Oslo : Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación* (3a ed.). GRUPO TRAGSA.
- OECD. (2018). Manual de Oslo 2018. En *Manual de Oslo*.
- Olarte, M. Y. (2015). Análisis del perfil de las cadenas productivas del café, el cacao, la pitahaya y el limón Tahití, desde un enfoque de internacionalización, innovación y responsabilidad social empresarial en Bucaramanga. *I+D Revista de Investigaciones*, 6(2), 76–99. <https://doi.org/10.33304/revinv.v06n2-2015006>
- Olaya, A. (2008). Economía de la innovación y del cambio tecnológico: una aproximación teórica desde el pensamiento schumpeteriano. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16, 11.
- Padilla, C. P. (2018, abril 25). *Responsabilidad social y la innovación ecológica como generador de competitividad en las empresas del sector manufacturero (tesis de pregrado)*. Pontificia Universidad Católica del Perú; Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/11955>
- Pardave, L. F. (2019). *Innovación empresarial y la responsabilidad social corporativa en las empresas del sector industrial de Huachipa, Lurigancho Chosica, 2019 (tesis de pregrado)*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/43731>
- Pardo, I. (2015). Sobre el Desarrollo Sostenible y la Sostenibilidad: Conceptualización y Crítica. *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, 19.
- Plasencia-Soler, J. A., Marrero-Delgado, F., Bajo-Sanjuán, A. M., & Nicado-García, M. (2018). Models to assess organizational sustainability. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 63–73. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Pomareda, C., & Hartwich, F. (2006). *Innovación agrícola en América Latina*.
- Quispe, G., & Tovar, U. (2017). *Cadena productiva y rentabilidad en la producción de la quinua orgánica del distrito de Tambillo, periodo 2014 – 2015 (tesis de pregrado)*.
- Reyes, M. (2017). *Sostenibilidad, comunicación y valor compartido: el discurso actual del desarrollo sostenible en la empresa española*. Universidad Complutense de Madrid.
- Rugeles, L., Guaitero, B., Saavedra, D., Betancur, I., Castillo, O., Arosa, C., Barrera, L. M., & Vargas, M. (2013). *Medición de la innovación agropecuaria en Colombia*.
- Schumpeter, J. (1967). *Teoría del desenvolvimiento económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. Fondo de cultura económica.
- Smith, A., Voß, J. P., & Grin, J. (2010). Innovation studies and sustainability transitions: The allure of the multi-level perspective and its challenges. En *Research Policy* (Vol. 39, Número 4, pp. 435–448). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.01.023>

- Sonnino, A., & Ruane, J. (2013). La innovación en agricultura como herramienta de la política de seguridad alimentaria: el caso de las biotecnologías agrícolas. *Biotechnologías e innovación: el compromiso social de la ciencia*, 28.
- Valencia, P., & Patlán, J. (2011). El Empresario Innovador Y Su Relación Con El Desarrollo Económico. *Tec Empresaria*, 5(3), 21–27.
- Vara-Horna, A. A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales? Manual breve para los tesisistas de Administración, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing*. (2da ed.).
- Vicente, M., Abrantes, J. L., & Teixeira, M. S. (2015). Measuring innovation capability in exporting firms: The INNOVSCALE. *International Marketing Review*, 32(1), 29–51. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2013-0208>
- Villafá, K. B., & Ayala, D. A. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración*, 59(4), 223–251. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(14\)70161-5](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(14)70161-5)
- Villavicencio, L. (2014). *Evaluación del impacto del cultivo de granos andinos y papa nativa en el desarrollo sostenible de productores en la sierra de Ayacucho 2008 - 2011 (tesis de pregrado)*. Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/2084>

ANEXO

Anexo A: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general ¿Cómo se relaciona la innovación y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?</p> <p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es la relación entre la innovación en el producto y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara? - ¿Cuál es la relación entre la innovación en el proceso y la 	<p>Objetivo general Analizar la relación de la innovación y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar la relación entre la innovación en el producto y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora. - Analizar la relación entre la innovación en el proceso y la responsabilidad social 	<p>Hipótesis general Existe relación significativa entre la innovación y la Responsabilidad Social Empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara</p> <p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - La innovación en el producto está relacionada significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de la quinua en el distrito de Chiara. - La innovación en el proceso se relaciona significativamente con 	<p>Variable independiente (X)</p> <p>Innovación</p>	<p>X₁. Innovación en el producto</p>	<p><i>X_{1.1}. Nuevos productos o derivados</i> <i>X_{1.2}. Incorporación de semillas mejoradas</i></p>	<p>Tipo de investigación - Aplicada</p>
				<p>X₂. Innovación en el proceso</p>	<p><i>X_{2.1}. Certificaciones de sistemas de calidad</i> <i>X_{2.2}. Cumplimiento de la normatividad</i> <i>X_{2.3}. Proceso de siembra</i> <i>X_{2.4}. Procesos de cosecha</i> <i>X_{2.5}. Procesos de post cosecha</i> <i>X_{2.6}. Uso de maquinarias y equipos</i> <i>X_{2.7}. Almacenamientos de productos</i></p>	<p>Nivel de investigación: - Descriptiva - Relacional</p> <p>Método - Deductivo - Inductivo</p> <p>Diseño - No experimental - Transversal</p>
				<p>X₃. Innovación de marketing</p>	<p><i>X_{3.1}. Diseño de la marca</i> <i>X_{3.2}. Desarrollo de empaque o envase</i> <i>X_{3.3}. Desarrollo de embalaje</i> <i>X_{3.4}. Política de precios</i> <i>X_{3.5}. Promoción del producto</i> <i>X_{3.6}. Canales de venta</i></p>	<p>Población 52 organizaciones productoras de quinua</p>

<p>responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?</p> <p>- ¿Qué relación existe entre la innovación en marketing y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?</p> <p>- ¿Qué relación existe entre la innovación organizacional y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara?</p>	<p>empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora.</p> <p>- Determinar la relación entre la innovación en marketing y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora.</p> <p>- Analizar la relación entre la innovación organizacional y la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara, para proponer acciones de mejora.</p>	<p>la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.</p> <p>- La innovación en marketing se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.</p> <p>- La innovación organizacional se relaciona significativamente con la responsabilidad social empresarial de las asociaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.</p>		X4. Innovación de organización	<p><i>X4.1. Estilo de organización del trabajo</i></p> <p><i>X4.2. Formación del personal</i></p> <p><i>X4.3. Manejo de proveedores</i></p>
			<p>Variable dependiente (Y)</p> <p>Responsabilidad Social Empresarial (RSE)</p>	Y1. Desempeño económico	<p><i>Y1.1. Aumento de los beneficios</i></p> <p><i>Y1.2. Productividad del cultivo</i></p> <p><i>Y1.3. Reducción de los costos</i></p>
				Y2. Desempeño social	<p><i>Y2.1. Salud y seguridad laboral</i></p> <p><i>Y2.2. Igualdad de oportunidades</i></p> <p><i>Y2.3. Niveles de educación</i></p> <p><i>Y2.4. Participación en programas sociales de ayuda comunitaria</i></p>
				Y3. Desempeño ambiental	<p><i>Y3.1. Gestión del agua</i></p> <p><i>Y3.2. Gestión de la energía eléctrica</i></p> <p><i>Y3.3. Materiales e insumos utilizados</i></p> <p><i>Y3.4. Gestión de los residuos sólidos</i></p>

Anexo B: Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala
X: Innovación	“Todos aquellos nuevos conocimientos y tecnologías que se dan en las fases de producción, procesamiento y comercialización y que son aplicados a los procesos económicos y sociales” (Pomareda & Hartwich, 2006, p.2)	“Es la introducción de un nuevo producto, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo” (OECD, 2005, p. 58)	X1. Innovación en el producto	<i>X1.1. Nuevos productos o derivados</i>	Ordinal
				<i>X1.2. Incorporación de semillas mejoradas</i>	Ordinal
			X2. Innovación en el proceso	<i>X2.1. Certificaciones de sistemas de calidad</i>	Ordinal
				<i>X2.2. Cumplimiento de la normatividad</i>	Ordinal
				<i>X2.3. Proceso de siembra</i>	Ordinal
				<i>X2.4. Procesos de cosecha</i>	Ordinal
				<i>X2.5. Procesos de post cosecha</i>	Ordinal
				<i>X2.6. Uso de maquinarias y equipos</i>	Ordinal
				<i>X2.7. Almacenamientos de productos</i>	Ordinal
			X3. Innovación de marketing	<i>X3.1. Diseño de la marca</i>	Ordinal
				<i>X3.2. Desarrollo de empaque o envase</i>	Ordinal
				<i>X3.3. Desarrollo de embalaje</i>	Ordinal
				<i>X3.4. Política de precios</i>	Ordinal
				<i>X3.5. Promoción del producto</i>	Ordinal
				<i>X3.6. Canales de venta</i>	Ordinal
			X4. Innovación organizacional	<i>X4.1. Estilo de organización del trabajo</i>	Ordinal
<i>X4.2. Formación del personal</i>	Ordinal				
<i>X4.3. Manejo de proveedores</i>	Ordinal				

Y: Responsabilidad Social Empresarial	“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible...” (ISO 26000, 2010, p. 15)	“Es tener en cuenta los resultados financieros, sociales y medioambientales en el desarrollo e implementación de la estrategia de negocio”. (Elkington, 1999, p.20)	Y ₁ . Desempeño económico	<i>Y_{1.1}. Aumento de los beneficios</i>	Ordinal
				<i>Y_{1.2}. Productividad del cultivo</i>	Ordinal
				<i>Y_{1.3}. Reducción de los costos</i>	Ordinal
			Y ₂ . Desempeño social	<i>Y_{2.1}. Salud y seguridad laboral</i>	Ordinal
				<i>Y_{2.2}. Igualdad de oportunidades</i>	Ordinal
				<i>Y_{2.3}. Niveles de educación</i>	Ordinal
				<i>Y_{2.4}. Participación en actividades sociales de ayuda comunitaria</i>	Ordinal
			Y ₃ . Desempeño ambiental	<i>Y_{3.1}. Gestión del agua</i>	Ordinal
				<i>Y_{3.2}. Gestión de la energía eléctrica</i>	Ordinal
				<i>Y_{3.3}. Materiales e insumos utilizados</i>	Ordinal
<i>Y_{3.4}. Gestión de los residuos sólidos</i>	Ordinal				

Anexo C: Cuestionario de la prueba piloto

CUESTIONARIO

La presente investigación tiene por finalidad analizar la relación entre la innovación y la responsabilidad social empresarial en las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara. Para tal fin, se plantearán ítems, lo cual, deben ser respondidas con total objetividad y sinceridad para garantizar la confiabilidad de los datos recogidos. De antemano, se agradece su activa participación. Califique con una escala de 1 a 5, de acuerdo a las opciones planteadas: (1) totalmente de en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Indiferente, (4) De acuerdo y (5) Totalmente en desacuerdo

1	¿En los últimos 5 años la organización ha creado nuevos productos de quinua con valor agregado?	1	2	3	4	5
2	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas variedades de semillas a la siembra?	1	2	3	4	5
3	¿La organización cumple con los requisitos para su certificación en prácticas agrícolas?	1	2	3	4	5
4	¿La organización cumple con las reglas o normas impuestas para realizar las diferentes actividades?	1	2	3	4	5
5	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas técnicas de sembrío de quinua?	1	2	3	4	5
6	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas técnicas de cosecha para la quinua?	1	2	3	4	5
7	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas formas de traslado de la cosecha?	1	2	3	4	5
8	¿La organización ha incorporado nuevos equipos y máquinas con el fin de mejorar las actividades productivas?	1	2	3	4	5
9	¿La organización ha mejorado los lugares de almacenamiento de granos de quinua?	1	2	3	4	5
10	¿La organización ha mejorado su logotipo con la finalidad de ser reconocida por su nombre?	1	2	3	4	5
11	¿La organización ha mejorado sus empaques o envases con la finalidad de distinguirse de la competencia?	1	2	3	4	5
12	¿La organización ha mejorado su embalaje (sacos o cajas) con la finalidad que permita circular el aire y no se malogre el producto?	1	2	3	4	5
13	¿La organización se agrupa con otros productores con la finalidad de realizar ventas conjuntas y lograr un mayor precio en el mercado?	1	2	3	4	5
14	¿La organización viene utilizando adecuadamente una página web o red social para publicar y vender sus productos?	1	2	3	4	5
15	¿La organización diversificó sus lugares de venta?	1	2	3	4	5
16	¿La organización fomenta un trabajo en equipo?	1	2	3	4	5
17	¿La organización se preocupa en mantener capacitado a sus socios o trabajadores?	1	2	3	4	5
18	¿La organización se preocupa en mantener una adecuada relación con sus proveedores de semilla?	1	2	3	4	5
19	¿La organización aumentó sus ganancias en los últimos 5 años?	1	2	3	4	5
20	¿La organización aumentó sus rendimientos (Toneladas /hectárea) en los últimos 5 años?	1	2	3	4	5
21	¿La organización disminuyó sus costos de producción en los últimos 5 años?	1	2	3	4	5

22	¿La organización se preocupa por utilizar equipos de protección personal durante la fumigación de la planta?	1	2	3	4	5
23	¿Las mujeres participan constantemente en todas las actividades de producción y venta de los productos?	1	2	3	4	5
24	¿La organización fomenta una mayor participación de profesionales en las actividades productivas y comerciales?	1	2	3	4	5
25	¿La organización participa constantemente en las actividades sociales de ayuda en la comunidad?	1	2	3	4	5
26	¿La organización controla y no desperdicia el agua en las labores de siembra y mantenimiento de los cultivos?	1	2	3	4	5
27	¿La organización controla y utiliza adecuadamente la electricidad en sus diversas actividades?	1	2	3	4	5
28	¿La organización usa con frecuencia insumos naturales o alternativos en la producción de la quinua?	1	2	3	4	5
29	¿La organización recicla adecuadamente los materiales o envases de productos naturales o agroquímicos utilizados en la producción y comercialización?	1	2	3	4	5



Anexo D: Formato del instrumento

CUESTIONARIO

N°.....

La presente investigación tiene por finalidad analizar la relación entre la innovación y la responsabilidad social empresarial en las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara. Para tal fin, se plantearán ítems, lo cual, deben ser respondidas con total objetividad y sinceridad para garantizar la confiabilidad de los datos recogidos. De antemano, se agradece su activa participación.

I. Información general

- 1.1. Nombre de la organización:.....
- 1.2. Ubicación geográfica.....
- 1.3. Años de creación de la organización:.....
- 1.4. Edad del encuestado: (...)
- 1.5. Sexo: M (...) F (...)
- 1.6. Nivel de instrucción: Primaria (...) Secundaria (...) Superior (...) Sin instrucción (...)
- 1.7. Condición o cargo del encuestado:.....
- 1.8. Número de socios o trabajadores :.....
- 1.9. Número de hectáreas sembradas:.....
- 1.10. Número de hectáreas cosechadas:.....
- 1.11. Rendimiento por hectárea: Variedad blanca (.....) Variedad roja (.....).....
- 1.12. Tipos de productos terminados: Granel (...) Hojuelas (...) Harina (...) Galletas (...)

II. Califique con una escala de 1 a 5, de acuerdo a las opciones planteadas. Responda marcando con un aspa(x) la casilla de su elección

VARIABLE (X): INNOVACIÓN						
DIMENSIÓN 01: Innovación de producto						
Nuevos productos o derivados		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	¿En los últimos 5 años la organización ha creado nuevos productos de quinua con valor agregado?	1	2	3	4	5

Incorporación de semillas mejoradas						
2	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas variedades de semillas a la siembra?	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 02: Innovación de proceso						
Certificaciones de sistemas de calidad						
3	¿La organización cumple con los requisitos para su certificación en prácticas agrícolas?	1	2	3	4	5
Cumplimiento de la normatividad						
4	¿La organización cumple con las reglas o normas impuestas para realizar las diferentes actividades?	1	2	3	4	5
Proceso de siembra						
5	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas técnicas de sembrío de quinua?	1	2	3	4	5
Procesos de cosecha						
6	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas técnicas de cosecha para la quinua?	1	2	3	4	5
Procesos de post cosecha						
7	¿En los últimos 5 años la organización ha incorporado nuevas formas de traslado de la cosecha?	1	2	3	4	5
Uso de maquinarias y equipos						
8	¿La organización ha incorporado nuevos equipos y máquinas con el fin de mejorar las actividades productivas?	1	2	3	4	5
Almacenamientos de productos						
9	¿La organización ha mejorado los lugares de almacenamiento de granos de quinua?	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 03: Innovación en marketing						
Diseño de la marca						
10	¿La organización ha mejorado su logotipo con la finalidad de ser reconocida por su nombre?	1	2	3	4	5
Desarrollo de empaque o envase						
11	¿La organización ha mejorado sus empaques o envases con la finalidad de distinguirse de la competencia?	1	2	3	4	5
Desarrollo de embalaje						
12	¿La organización ha mejorado su embalaje (sacos o cajas) con la finalidad que permita circular el aire y no se malogre el producto?	1	2	3	4	5
Política de precios						
13	¿La organización se agrupa con otros productores con la finalidad de realizar ventas conjuntas y lograr un mayor precio en el mercado?	1	2	3	4	5
Promoción del producto						
14	¿La organización viene utilizando adecuadamente una página web o red social para publicar y vender sus productos?	1	2	3	4	5
Canales de venta						
15	¿La organización diversificó sus lugares de venta?	1	2	3	4	5

DIMENSIÓN 04: Innovación organizacional						
Estilo de organización del trabajo						
16	¿La organización fomenta un trabajo en equipo?	1	2	3	4	5
Formación del personal						
17	¿La organización se preocupa en mantener capacitado a sus socios o trabajadores?	1	2	3	4	5
Manejo de proveedores						
18	¿La organización se preocupa en mantener una adecuada relación con sus proveedores de semilla?	1	2	3	4	5
VARIABLE (Y): Responsabilidad Social Empresarial (RSE)						
DIMENSIÓN 01: Desempeño económico						
Aumento de los beneficios						
19	¿La organización aumentó sus ganancias en los últimos 5 años?	1	2	3	4	5
Productividad del cultivo						
20	¿La organización aumentó sus rendimientos (Toneladas/hectárea) en los últimos 5 años?	1	2	3	4	5
Reducción de los costos						
21	¿La organización disminuyó sus costos de producción en los últimos 5 años?	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 02: Desempeño social						
Salud y seguridad laboral						
22	¿La organización se preocupa por utilizar equipos de protección personal durante la fumigación de la planta?	1	2	3	4	5
Igualdad de oportunidades						
23	¿Las mujeres participan constantemente en todas las actividades de producción y venta de los productos?	1	2	3	4	5
Niveles de educación						
24	¿La organización fomenta una mayor participación de profesionales en las actividades productivas y comerciales?	1	2	3	4	5
Participación en actividades sociales de ayuda comunitaria						
25	¿La organización participa constantemente en las actividades sociales de ayuda en la comunidad?	1	2	3	4	5

DIMENSIÓN 03: Desempeño ambiental						
Gestión del agua						
26	¿La organización controla y no desperdicia el agua en las labores de siembra y mantenimiento de los cultivos?	1	2	3	4	5
Gestión de la energía eléctrica						
27	¿La organización controla y utiliza adecuadamente la electricidad en sus diversas actividades?	1	2	3	4	5
Materiales e insumos utilizados						
28	¿La organización usa con frecuencia insumos naturales o alternativos en la producción de la quinua?	1	2	3	4	5
Gestión de los residuos sólidos						
29	¿La organización recicla adecuadamente los materiales o envases de productos naturales o agroquímicos utilizados en la producción y comercialización?	1	2	3	4	5

Anexo E: Análisis del alfa de Cronbach

Tabla 48

Cálculo del alfa de Cronbach para la variable innovación

Encuestado	Ítems																		SUMA
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	
Asociación 01	3	3	2	1	3	1	4	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	4	47
Asociación 02	2	1	4	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	31
Asociación 03	5	5	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	3	5	3	4	5	5	69
Asociación 04	2	1	3	1	2	2	3	2	1	3	1	2	1	4	1	3	3	4	39
Asociación 05	2	4	1	2	3	3	1	3	4	1	2	3	4	1	2	4	4	3	47
Asociación 06	4	3	1	2	4	4	2	2	4	3	4	4	3	3	1	2	3	4	53
Asociación 07	2	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	4	2	3	2	5	3	2	54
Asociación 08	1	2	4	3	1	1	2	1	2	3	4	1	1	3	2	1	1	2	35
Asociación 09	2	2	3	1	4	1	2	1	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	42
Asociación 10	1	2	3	4	3	2	3	3	1	1	1	3	3	1	2	4	2	1	40
Asociación 11	4	2	4	2	1	1	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2	3	1	42
Asociación 12	4	2	2	5	3	4	4	4	5	5	1	3	2	4	3	1	2	4	58
Asociación 13	2	1	1	3	3	5	2	3	3	2	2	4	3	3	4	2	4	3	50
Asociación 14	4	3	3	2	2	2	3	4	4	1	1	2	3	1	2	1	3	3	44
Asociación 15	2	2	1	2	1	4	2	2	2	1	4	3	3	4	3	1	3	1	41
Asociación 16	2	2	2	2	3	4	3	2	3	1	1	3	3	4	1	3	2	2	43
Asociación 17	2	4	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	5	4	2	54
Asociación 18	4	4	4	4	1	1	4	2	3	4	4	4	2	1	3	4	4	5	58
Asociación 19	3	4	2	2	4	2	5	3	4	3	4	2	3	1	5	3	3	5	58
Asociación 20	2	1	1	1	3	1	2	1	4	3	1	3	4	1	4	1	4	4	41
Varianza	1.23	1.44	1.34	1.13	1.05	1.75	0.86	0.81	1.15	1.34	1.45	0.79	0.74	1.63	1.05	1.84	1.09	1.70	
Número de ítems	18																		
Sumatoria de las varianzas	22.37																		
Varianzas para la suma	82.41																		
Alfa de Cronbach	0.771																		

Tabla 49*Cálculo del alfa de Cronbach para la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*

Encuestado	ÍTEMS											SUMA
	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	
Asociación 01	2	1	3	1	2	2	3	2	2	3	1	22
Asociación 02	2	2	1	2	3	3	1	3	2	1	2	22
Asociación 03	4	3	2	3	4	4	2	2	4	3	3	34
Asociación 04	2	4	4	3	3	2	3	3	4	2	2	32
Asociación 05	1	2	3	1	2	3	2	3	3	2	1	23
Asociación 06	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	24
Asociación 07	4	2	2	5	3	4	4	4	5	5	2	40
Asociación 08	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	24
Asociación 09	4	4	3	2	2	2	3	4	4	2	3	33
Asociación 10	2	2	1	2	1	4	2	2	2	1	1	20
Asociación 11	2	2	3	4	3	5	5	5	1	3	2	35
Asociación 12	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	24
Asociación 13	1	2	2	5	2	3	2	2	1	2	3	25
Asociación 14	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	1	22
Asociación 15	1	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	24
Asociación 16	2	2	5	3	5	2	3	2	5	5	3	37
Asociación 17	5	2	2	2	5	2	3	2	4	5	5	37
Asociación 18	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	25
Asociación 19	4	5	4	4	2	3	4	2	4	4	2	38
Asociación 20	2	4	2	3	4	2	5	4	4	5	3	38
Varianza	1.24	1.04	0.95	1.23	1.09	0.79	1.03	0.83	1.40	1.69	0.86	

Número de ítems	11
Sumatoria de las varianzas	12.13
Varianzas para la suma	44.6475
Alfa de Cronbach	0.801

Anexo F: Relación de organizaciones productoras de quinua.

Nº	Nombre	Ubicación de la organización social	Número de integrantes
Asociaciones			
1	Asociación de Ganaderos y Productores Lácteos Musuq Allpachacá	C.P. de Allpachaca	15
2	Asociación Nueva Esperanza Allpachaca	C.P. de Allpachaca	24
3	Asociación Nueva Generación de Lácteos Allpachaca	C.P. de Allpachaca	18
4	Asociación de Productores Lácteos Cuenca Alta Allpachaca	C.P. de Allpachaca	27
5	Asoc. De productores lácteos RONY	C.P. de Allpachaca	19
6	Asociación de productores de papa nativa barrio Ccollonayoc Minascucho	C.P. Manallasacc	15
7	Asociación industrial Productos Lácteos Cisneros Sachabamba	C.P. de Sachabamba	26
8	Asociación Agroganadero Amanecer Sachabamba – Chiara	C.P. de Sachabamba	29
9	Asociación Agroganadera Los Perseverantes de Santa Rosa	C.P. de Sachabamba	31
10	Asociación Agroempresadora de Sachabamba (APROSACH)	C.P. de Sachabamba	17
11	Asociación Agroindustrial Niño Jesús de Huarapite	C.P. Sachabamba	12
12	Asociación de Piscicultores y Agropecuarios "Niño Jesús de Huarapite"	C.P. Sachabamba	19
13	Asociación Agroganadera Ccocha Ccocha	C.P. Sachabamba	23
14	Asociación Agropecuaria Sociedad Imperial	C.P. Sachabamba	17
15	Asociación Agroganadera el Porvenir de Fierropacascá Pucaccasa Sachabamba	C.P. Sachabamba	15
16	Asociación Agroindustrial y Servicios Multiples La ROCA FUERTE de Sachabamba	C.P. de Sachabamba	19
17	Asociación Agro Ganadero Linde Pampa Cucho Raccaraccay y Chanchayllo	C.P. de Sachabamba	19
18	Asociación de Agroganadero Huarapite	C.P. Sachabamba	21
19	Asociación Agroindustrial Biocampo Organic Pucaccasa	C.P. Sachabamba	25
20	Asociación Agroindustrial Niño Llapamchik San Antonio de Manallasacc	C.P. de Manallasacc	17
21	Asociación Agroganadera Mayobamba	C.P. de Manallasacc	18
22	Asociación de Ganaderos y productores Lácteos los Andes de Allpachaca	C.P. de Allpachaca	13
23	Asociación de productores Agrícolas Andamarca Chupas (APAGAEC)	C.C. de Chupas	19
24	Asociación Agroganadera C.P. Sumaq Llaqta	C.P. de Quisuarcancha	21
25	Asociación Agroganadera C.P. Fray San Martín	C.P. de Quisuarcancha	26

26	Asociación Agroganadera "De La Cruz"	C.P. de Quisuarcancha	17
27	Asociación Agroganadera Alcon Andino C.P.Q.	C.P. de Quisuarcancha	18
28	Asociación Agroganadera Puyas Raymondi Matara Ccata – Maraysera	C.P. de Quisuarcancha	12
29	Asociación Agroempresedor Ccespeccasa	C. C. de Ccespeccasa	28
30	Asociación Agroforestal Buena Fé Liriopata	C.C. de Liriopata	27
31	Asociación Yanapiruro	C.C. de Yanapiruro	13
32	Asociación Provivienda Agroindustriales del Perú	C.C. Yanapiruro	12
33	Asociación Agroganadero Ichubamba	C.C. Ichubamba	14
34	Asociación de productores Agropecuarios el Aliso	C.C Chupas	21
35	Asociación de Productores Agropecuaria de Chiara	Chiara	23
36	Asociación Agropecuaria Ayamachay	C.C.Orcohuasi	20
37	Asociación Productores Lácteos Rony de Allpachaca	C.P.Allpachaca	15
38	Asociación Agro Exportadora Y Productores De Lácteos Sol Naciente Llachoccmayo	C.P.Allpachaca	14
39	Asociación Agropecuaria Uchuycañay De Raccaraccay	C.P.Sachabamba	17
40	Asociación Productores Agropecuarios Hacia Una Industrialización –APAI	C.P.Allpachaca	14
41	Asociación De Actividades Productivas De La Comunidad De Yanapiruro	C.C.Yanapiruro	42
42	Asociación Agroecológico Campo Verde De Valenzuela	C.P.Manallasacc	23
43	Asociación Agroganadero Mayobamba	C.P.Manallasacc	17
44	Asociación de productores agropecuarios y piscicultores andinos ecológicos killa	C.C.Quishuar	14
Cooperativas			
45	Cooperativa Agraria: Cultivos Andinos	C.P.Manallasacc	25
46	Cooperativa de Productores de Santa Rosa	C.P.Sachabamba	20
47	Cooperativa Agroganadera Nueva Titanka	C.P. de Manallasacc	12
48	Cooperativa Agroindustrial y Exportadora:Andes Sur	C.P.Sachabamba	24
Empresas			
29	Empresa Alcón Andina	C.P. de Quisuarcancha	18
50	Unión Centeanrio Allpachaca	C.P. de Allpachaca	14
51	AGROGALSAM Manallasacc	C.P. de Manallasacc	16
52	Sierra Andina	C.P.Sachabamba	21

Nota: Patrón obtenida de la Municipalidad Distrital de Chiara (2021)

Anexo G: Bases aclaradoras del fondo concursable Procompite regional 2022

N°	REQUISITOS	CATEGORIAS			OBSERVACION
		A	B	C	
1	Vigencia de poder con antigüedad no mayor a 30 días				Adjuntar SIPROCOMPITE
2	Declaración jurada de trabajo conjunto y aporte del AEO				Adjuntar SIPROCOMPITE
3	Informe de opinión favorable, si la AEO ya fue beneficiaria del PROCOMPITE del GR/GL.				Adjuntar SIPROCOMPITE (opcional)
4	Declaración jurada de antecedentes del representante leal del AEO				Adjuntar SIPROCOMPITE
5	Copias de DNI de los miembros del AEO				Adjuntar SIPROCOMPITE
6	Resolución o carnet emitido por CONADIS (en caso de contar con miembro con discapacidad)				Adjuntar SIPROCOMPITE (opcional)
7	Condición de Activo y habido del AEO				Verificada por el comité
8	¿Se verifico que los miembros del AEO no participen en otro plan de negocio presentado a PROCOMPITE?				Verificada por el comité
9	¿La condición de los socios del AEO que se encuentran, con calificación "A Perdida" el sistema financiero nacional?				Verificada por el comité
10	¿Máximo 01 directivo del AEO se encuentra con calificación "A Perdida" en el sistema financiero nacional, este es máximo 30%?				Verificada por el comité
11	¿La cadena productiva esta alineado con el informe de priorización y/o planes de desarrollo concertado u otras herramientas estratégicas sectoriales?				Verificada por el comité
12	Fecha de inscripción RR. PP para acreditar al menos, un año de existencia				Verificado por el comité (Obligatorio para B y C)
13	Declaración Jurada Anual de Renta de los 02 últimos años				Adjuntar SIPROCOMPITE (Obligatorio para C)
14	Solicitud de cofinanciamiento (participación)				Verificado por el comité en el SIPROCOMPITE

Requisitos organizacionales y técnicos para un agente económico organizados (AEO)						
Cadena productiva	Producto	Productivo	Consideraciones Organizacionales	Económicos	Comercial	planes de Negocio
Vacuno de leche y derivados	Leche y derivados	Contar con ganado lechero en producción y terreno que soporte la carga animal optima	Persona Jurídica mínimo de 2 socios, antigüedad mínima de un año copia de la personaría Jurídica (Antigüedad no mayor a 30 días, no encontrarse con calificación a pérdida en la central de riesgos)	Contar con la disponibilidad y activos necesarios para poder valorizarlos. Estos serán financieros y no financieros. Los cuales se valorizan en mano de Obra, Infraestructura, equipos, y bienes diversos establecidos en la propuesta productiva (Plan de Negocios)	Presentar documentos de compra y venta que demuestren que la AEO presentan movimientos financieros que sustenten la actividad en el mercado	Haber identificado puntos críticos o cuellos de botella que restringe el buen desempeño en cualquier eslabón de la cadena productiva o giro de negocio, para lo cual se solicitan el con financiamiento de su propuesta productiva
Trucha	Carne de trucha y derivados	Contar con instalaciones en producción en sus diferentes etapas				
Palta	Palto (Sistema de riego, manejo post cosecha y comercialización) y derivados	Contar con instalaciones de plantación de palto en producción, variedades Hass, fuerte y otras variedades comerciales				
Líneas artesanales	Artesanía en general	Contar con taller de producción y comercialización				
Papa Nativa	Papa (Tubérculo), semillas y derivados	Contar con área de terreno propio con documentación que acredite por las autoridades competentes, en el piso altitudinal adecuado y/o encontrarse en producción				
Quinoa	Quinoa y derivados	Producción: Contar con áreas de terreno propio, con documentación que acredite por la autoridad competente.				

		Transformación: Garantizar con local propio y/o alquilado y energía trifásica de ser el caso.			
Abejas	Miel y derivados	Contar con apiarios en producción y para transformación garantizar con local propio y/o alquilado			
Cuyes	Carne y reproductores	Contar con instalaciones en producción, terrenos e infraestructura propia a nombre de la asociación			
Camélidos Sudamericanos	Fibras	Contar con producción de camélidos sudamericanos en producción, valor agregado en Fibra			
Cacao	Cacao y derivados	Contar con instalaciones en Producción			
Servicios Turísticos	Servicios Turísticos	Contar con saneamiento físico legal del área de intervenir y encontrarse libre de conflictos de linderos y otros			
Café	Café y derivados	Contar con instalaciones en producción			

Anexo H: Modelo de contrato de outsourcing

CONTRATO DE OUTSOURCING (SUBCONTRATACIÓN)

En, a De2022

Comparecen:

De una parte..... , como EMPRESA COLABORADORA (persona física o jurídica)

(persona física: D/D (.....), Mayor de edad, casado, con domicilio en Nro.... Con de DNI Nro.....

(Persona jurídica: constituida en escritura pública otorgada el día..... ante Notario de e inscrita en el Registro mercantil de Libro....., Tomo Folio..... domiciliada en Calle..... Nro..... y con CIF Nro..... Representada por, mayor de edad, con domicilio en Nro..... Con DNI Nro Cuyas facultades derivan del poder otorgando por el notario, debidamente inscrito, que es declarado vigente y sin modificación alguna.

De otra parte, como cliente (Persona física o jurídica)

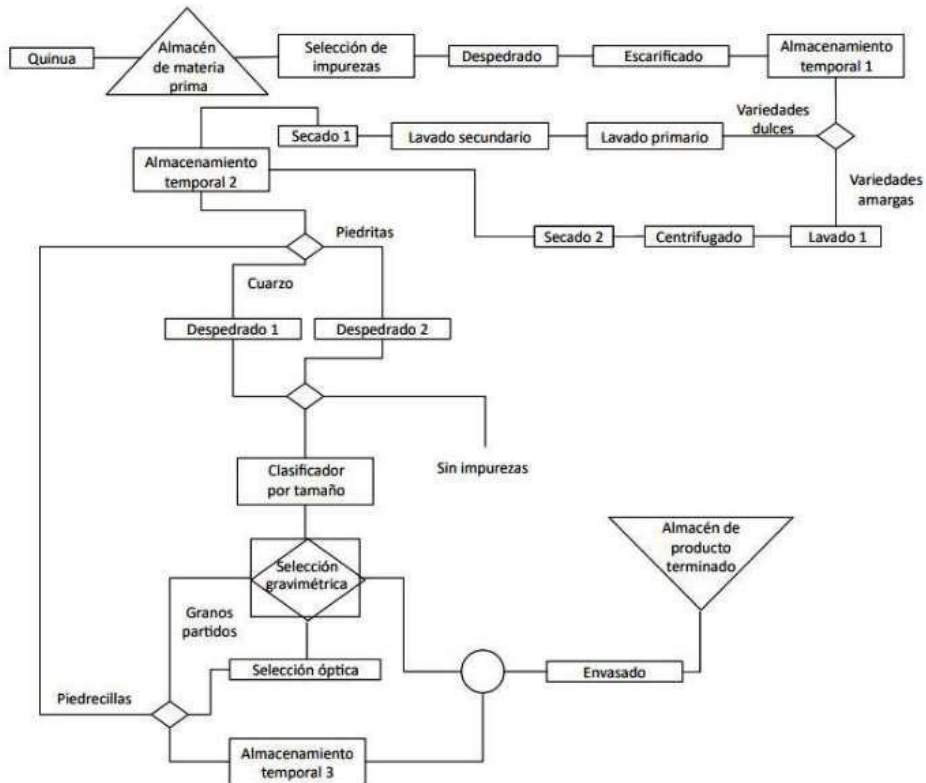
Ambas partes se reconocen con carácter mutuo y tienen capacidad legal suficientemente para otorgar el presente contrato de colaboración empresarial externa u outsourcing.

Anexo I: Modelo de la trazabilidad del producto y el control adecuado de los costos en cada etapa del proceso productivo

1	2	3	4
PRODUCCIÓN	REQUISITOS DEL SIC	INSPECTOR ORGÁNICO	ACOPIO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapa de ubicación ✓ Croquis con datos de georreferenciación, detallando límites e identificando zonas de riesgo. ✓ Plan de trabajo ✓ Flujograma ✓ Registro de capacitación a los miembros del SIC y a los productores ✓ Cuaderno del productor <ul style="list-style-type: none"> o Ficha de datos básicos o Normad de producción orgánicos o Reglamentos del SIC o Contrato y acuerdos o Ficha de datos del predio o Historial de manejo de campo o Labores de campo o Registro de fertilizantes e insumos o Registro de cosecha o Registro de venta o Registro de capacitación o Registro de visitas de auditoria o Liquidaciones de compra o Boletas y facturas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Normas orgánicas ✓ Reglamento interno ✓ Manual del SIC ✓ Informe de última inspección ✓ Lista de inspectores internos ✓ Flujograma ✓ Procedimientos ✓ Catálogo de incumplimientos y sanciones 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lista actualizada de productores (incluye productores orgánicos, transición, suspendidos y retirados) ✓ Planilla de control de acopio individual ✓ Planilla de acopio general ✓ Planilla de almacén (no aplica a frescos) ✓ Planilla de despacho ✓ Kardex de entradas y salidas
5	6	7	8
ALMACÉN ORGÁNICO	PLANTA DE PROCESO	TRANSPORTE	EXPORTACIÓN
<p>Se verifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Origen ✓ Código de producto ✓ Peso ✓ Certificadora ✓ Cantidad de bultos ✓ Calidad <p>Se realizan las siguientes actividades y se emiten los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Guía de ingreso de almacén o Asignación de número de lote o Etiquetado 		<p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Guía de remisión ✓ Guía de transportista ✓ Registro de limpieza de transporte 	<p>Documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Factura comercial ✓ BL ✓ Packing NST ✓ Welght Note ✓ Certificado Sanitario ✓ Certificado de transacción

PROCESO PRODUCTIVO HASTA LA POSTCOSECHA						
1	2	3	4	5	6	7
Preparación del terreno	Siembra	Deshierbe	Aporque	Cuidado de la planta	Cosecha	postcosecha

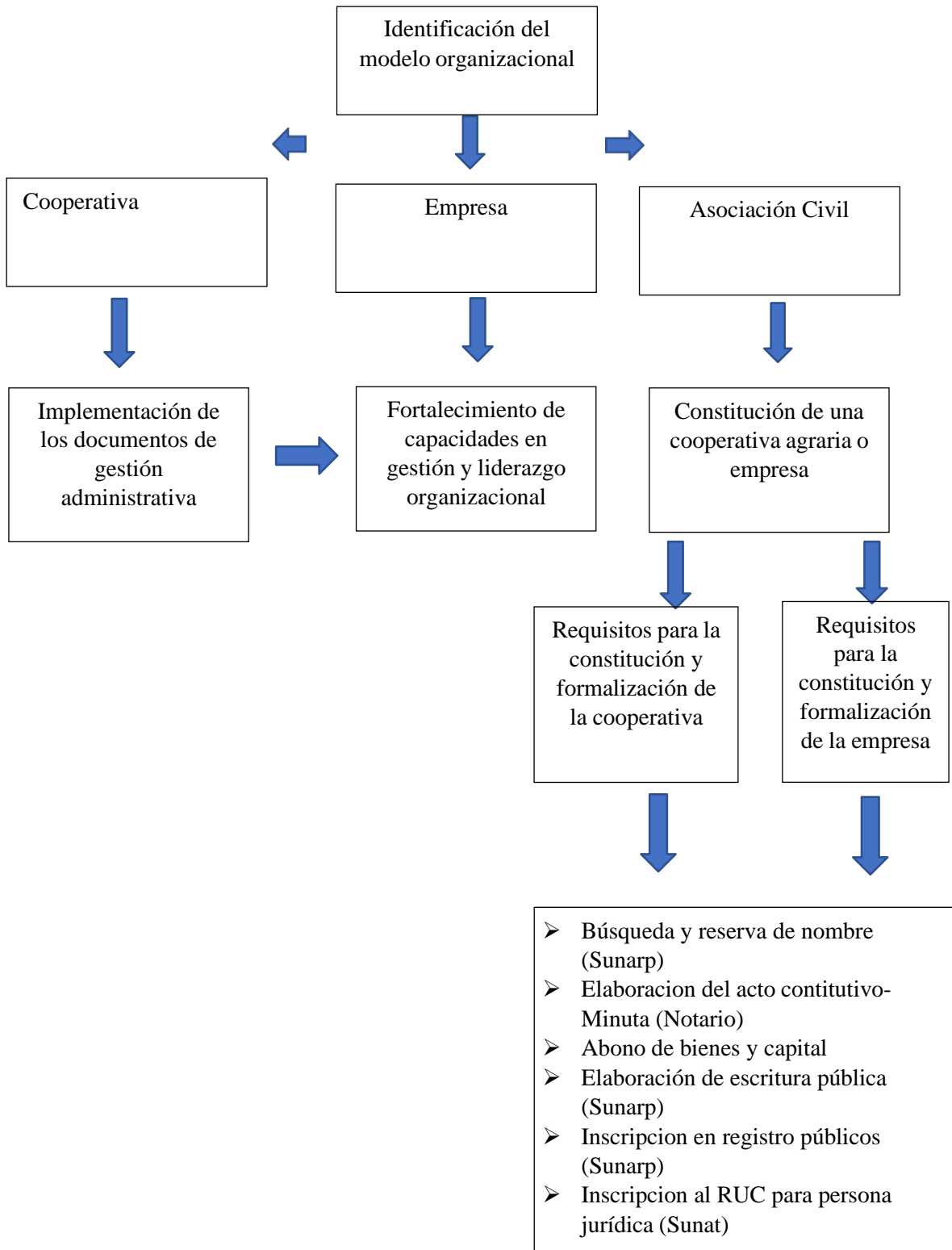
Proceso productivo para generar valor agregado



Anexo J: Estructura de un plan de marketing

1	Realizar un análisis situacional de la organización	Análisis interno	Se analizan las debilidades y fortalezas por la que atraviesa las organizaciones
		Análisis externo	Se analizan las oportunidades y amenazas por las que atraviesa las organizaciones
2	Estudio de la competencia	Se debe de observar su estructura corporativa, su filosofía, los sectores en las que influye, los precios de sus productos y servicios y las estrategias de marketing que emplea.	
3	Análisis del público objetivo	Hacer un análisis de sus características sociodemográficas y sus comportamientos.	
4	Definición de los objetivos	Deben de redactarse de manera específica, medible, alcanzable y relevante.	
4	Estrategias de Marketing y tácticas	Estrategias de fidelización	Aplicar técnicas de excelencia en el servicio al cliente.
		Merchandising	Ejecutar acciones de promoción de productos en los puntos de ventas ya sea físicos o virtuales.
		Estrategia de marketing en buscadores	Invertir en campañas de anuncio pagos.
		Inbound marketing	Atraer, interactuar y deleitar a los consumidores agregando valor a su experiencia con la compañía.
	Revisión del presupuesto	Se fija el presupuesto para ejecutar el plan de marketing	
	Medición y análisis de los resultados	Para visualizar si se cumplen los objetivos.	

Anexo K: Flujograma de identificación de un modelo de organización adecuada



Anexo L: Datos del cultivo de quinua en el distrito de chiara, año 2020

Mes	Sup.Verde ha.	Siembras ha.	Sup. Perdida ha.	Sup. Afectada ha	Cosechas ha.	Rendimiento	Producción t.	Precio en Chacra
AGO	86.00	76.00						
SET	223.00	137.00						
OCT	1118.00	895.00						
NOV	1753.00	635.00						
DIC	1537.00	25.00	241.00	100.00				
ENE	1527.00	10.00			20.00	2.00	40.00	3.50
FEB	1315.00		122.00	41.00	90.00	2.22	200.00	4.50
MAR	755.00				560.00	1.99	1117.00	4.51
ABR	467.00		28.00		260.00	2.05	533.00	4.50
MAY	197.00				270.00	1.96	528.00	4.48
JUN					197.00	1.94	382.00	4.40
JUL	90.00	90.00						
AGO	150.00							
SET	335.00							
OCT	1225.00							
NOV	1855.00							
DIC	1818.00			95.00	30.00	2.50	75.00	4.50
TOTAL		1868.00	391.00	141.00	1427.00	2.01	2875.00	4.47

Anexo M: Datos del cultivo de quinua, periodo 2004-2017

DISTRITO/VARIABLE	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Chiara														
Cosecha (ha)	89	65	102	19	82	125	301	79	356	364	625	557	1355	1506
Producción (t)	78	59	100	16	82	126	230	42	756	518	901	1081	2421	2032
Rendimiento (Kg/ha)	876	908	980	842	1000	1008	764	532	2124	1423	1442	1941	1787	1350
Precio Chacra (S./Kg)	1.51	1.52	1.53	1.28	1.59	3.47	2.98	3.27	3.84	4.37	6.47	4.84	4.66	4

Anexo N:
Reportes de Procompite, Agroideas y PDC



GOBIERNO REGIONAL DE AYACUCHO
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO
PROCOMPITE REGIONAL



07

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"



INFORME N° 012-2022-GRA-GRDE/YLRV

SEÑOR : LIC. IVAN MAXIMO TORRES ULLOA
Coordinador Procompite Regional Ayacucho 2022.

ASUNTO : Remito el Registro de los Agentes Económicos Organizados (AEOs) del Procompite Regional 2020 – Ayacucho.

REFERENCIA : a) OFICIO MÚLTIPLE N° 019-2022-GRA/GG-GRDE-DRA-DPCA/DR

FECHA : Ayacucho, 11 de Mayo 2022

I. ANTECEDENTES

Mediante la Ley 29337-Ley PROCOMPITE, de fecha 25 de marzo de 2009 se promulgó la Ley que Establece Disposiciones para Apoyar la Competitividad Productiva.

Mediante Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE, con fecha 21 de enero de 2021, se aprueba el Reglamento de la Ley 29337.

El Gobierno Regional de Ayacucho, mediante Acuerdo de Consejo Regional N° 138--2019-GRA/CR, AUTORIZAR, al señor Gobernador Regional de Ayacucho cofinanciar propuestas productivas de Categorías A y B la aprobación del monto de Diez millones soles (S/ 10,000,000.00), que representa el 10 % del PIM del programa de Inversión Pública del Ejercicio Fiscal 2021-Fuente de Financiamiento Recursos Ordinarios y determinados, de los cuales S/. 9,000,000.00 (Nueve millones 00/100 soles) serán destinadas al cofinanciamiento de propuestas productivas (planes de negocios) ganadoras de procesos concursables, en el marco del PROCOMPITE Regional Ayacucho 2020; y el monto de S/. 1,000.000.00 (Un Millón con 00/100 soles) serán destinados a los gastos administrativos del proceso de Implementación, y para la Fase de Ejecución, cierre, seguimiento y evaluación del PROCOMPITE Regional Ayacucho 2020.

II. ANALISIS

- PROCOMPITE es una estrategia prioritaria del Estado que constituye un Fondo Concursable para cofinanciar propuestas productivas (planes de negocio). Tiene como objetivo mejorar la competitividad de las cadenas productivas mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología.
- La Ley que establece Disposiciones para apoyar la Competitividad Productiva (Ley N° 29337), indica que los gobiernos regionales y los gobiernos locales pueden autorizar para PROCOMPITE el uso de hasta el 10% de los recursos presupuestados para gastos destinados a proyectos con excepción de los recursos provenientes de las fuentes de operaciones oficiales de crédito y donaciones y transferencias.
- En este contexto el Gobierno Regional de Ayacucho a través del Procompite Regional 2020 – I a cofinanciado a 53 planes de negocios en las cadenas productivas priorizadas quinua, tara, lácteos, trucha, papas, artesanía, cacao,



GOBIERNO REGIONAL DE AYACUCHO
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO
PROCOMPITE REGIONAL



06

=====

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

cuyes, apicultura, palto, café y camélidos sudamericanos.

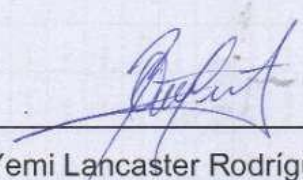
- Actualmente se ha concluido con la implementación de los planes de negocios Procompite Regional Ayacucho 2020; sin embargo los Agentes Económicos Organizados – AEOs se encuentran en una etapa de cumplimiento de obligaciones y el Gobierno Regional de Ayacucho viene realizando el monitoreo y seguimiento, para el cumplimiento de los indicadores fijados en el plan de negocios.
- Respecto al documento de referencia, la Gerencia Regional de Desarrollo económico remite la información de los beneficiarios del Procompite Regional Ayacucho 2020 , para que esta pueda ser incorporada en el registro regional dentro del marco de la implementación de la Ley 31071 Ley de compras estatales de alimentos de origen de la agricultura familiar.

III. CONCLUSIONES

Se remite información de los 53 Agentes Económicos Organizados – AEO beneficiarios del Procompite Regional Ayacucho 2020, para su incorporación en el registro regional de Asociaciones para la implementación de la Ley 31071 Ley de compras estatales de alimentos de origen de la agricultura familiar.

Es cuanto informo para los fines respectivos, y hago oportuna la ocasión para hacerle llegar mis saludos.

Atentamente,



Yemi Lancaster Rodríguez Vílchez

DNI: 61625364

Asistente Técnico

Procompite Regional Ayacucho 2022



SISGEDO - PPRA

Reg. Doc: 03528611

Reg. Exp: 02862201



GOBIERNO REGIONAL DE AYACUCHO
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONOMICO
PROCOMPITE REGIONAL

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANIA NACIONAL"

INFORME N° 218-2022-GRA/GG-GRDE-PROCOMPITE-IMTU

SEÑOR : **ING. EDGAR GOMEZ LIMACO**
Presidente del Comité Evaluador Procompite Regional 2022

ASUNTO : Remito registro de Agentes Económicos Organizados - AEO - Procompite.

REFERENCIA : **INFORME N° 012-2022-GRA-GRDE/YLRV**

FECHA : Ayacucho, 11 de Mayo de 2022



Tengo el honor de dirigirme a usted, con la finalidad de saludarle cordialmente y remitirle la información solicitada de Agentes Económicamente Organizados - AEO, que han implementado sus planes de negocios en el periodo 2021, ejecutado por el Gobierno Regional de Ayacucho en el marco de la Ley N° 29337, Ley que establece disposiciones para apoyar a la competitividad productiva y su Directiva General N°102-2013-EF. PROCOMPITE es una estrategia prioritaria del Estado que constituye un Fondo Concursable para cofinanciar propuestas productivas (panes de negocios). Tiene como objeto mejorar la competitividad de las cadenas productivas mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología, por ello **se remite información de los 53 Agentes Económicos Organizados - AEO ganadores del Procompite regional 2020 - I, para su incorporación en el registro regional de asociaciones para la implementación de la Ley 31071 Ley de compras estatales de alimentos de origen de la agricultura familiar.**

Es cuanto informo para los fines respectivos de trámite, y hago oportuna la ocasión para hacerle llegar mis saludos.

Atentamente,

GOBIERNO REGIONAL - AYACUCHO
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONOMICO

Econ. Ivan M. Torres Ulloa
COORDINADOR - PROCOMPITE



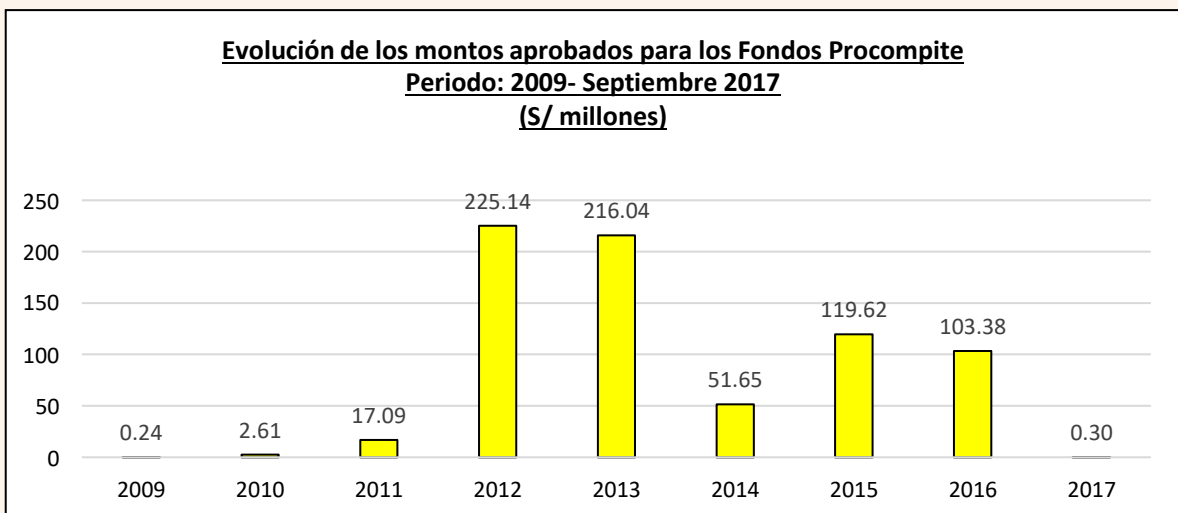
ESTADÍSTICAS DE PROCOMPITE

Desde el año 2009 hasta fines de agosto de 2017, la Implementación de la Ley N° 29337, Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva-PROCOMPITE ha posibilitado que 222 Gobiernos Subnacionales (21 gobiernos regionales, 58 municipalidades provinciales y 143 municipalidades distritales) aprueben recursos para PROCOMPITE; de los cuales, 199 gobiernos subnacionales lanzaron su fondo concursable y 175 ejecutaron la implementación.

GOBIERNOS SUBNACIONALES QUE HAN REALIZADO ACCIONES PROCOMPITE PERIODO: 2009 -SEPTIEMBRE 2017			
GOBIERNO REGIONAL / GOBIERNO LOCAL	Destinaron recursos	Aprobaron financiamiento	Ejecutaron Financiamiento
Total General	222	199	175
Gobiernos Regionales	21	20	19
Gobiernos Locales Provinciales	58	52	47
Gobiernos Locales Distritales	143	127	109

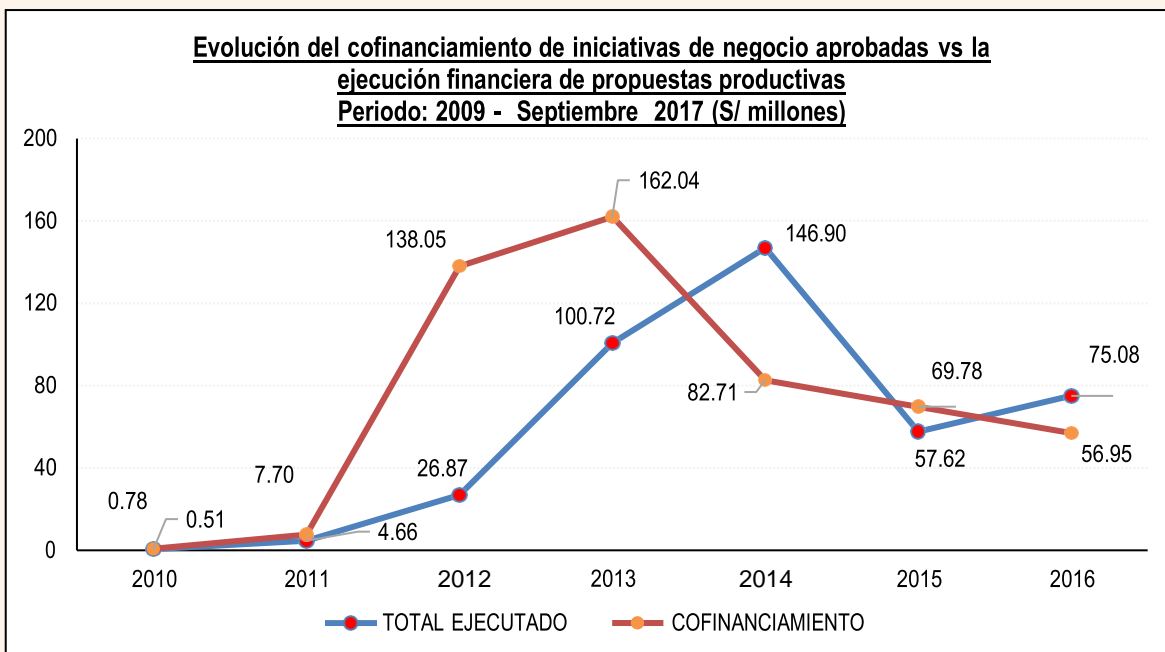
Fuente: Registros realizados por los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales en el Sistema de Información PROCOMPITE - SIPROCOMPITE (al 31/08/2017)

Cabe indicar, que de los 222 gobiernos subnacionales que aprobaron recursos para PROCOMPITE mediante acuerdo de concejo por un monto total de S/ 736'062,759; 143 son Municipalidades Distritales (S/ 336'591,051), 58 son Municipalidades Provinciales (S/ 112'549,686) y 21 son Gobiernos Regionales (S/ 286,922,022).



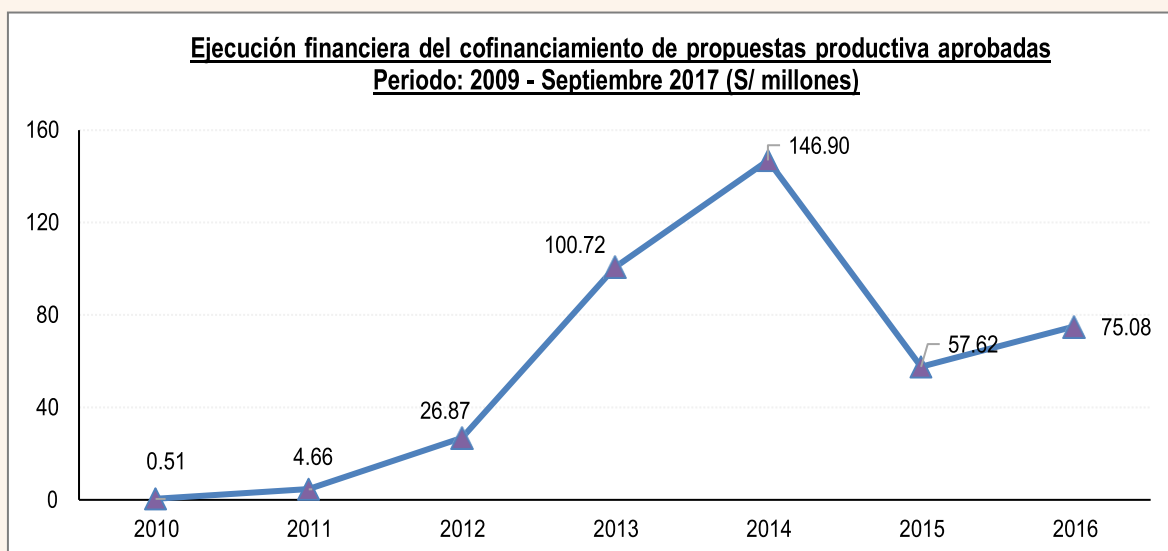
Fuente: Unidad Técnica de PROCOMPITE (Información proporcionada por los GR y GL hasta el 31 de agosto de 2017).

Asimismo, del total de fondos aprobados para PROCOMPITE (S/ 736'062,759); un 70.4 % fueron utilizados para el cofinanciamiento de propuestas productivas ganadoras (en procesos concursables), lo que equivale aS/ 518'342,541 soles.



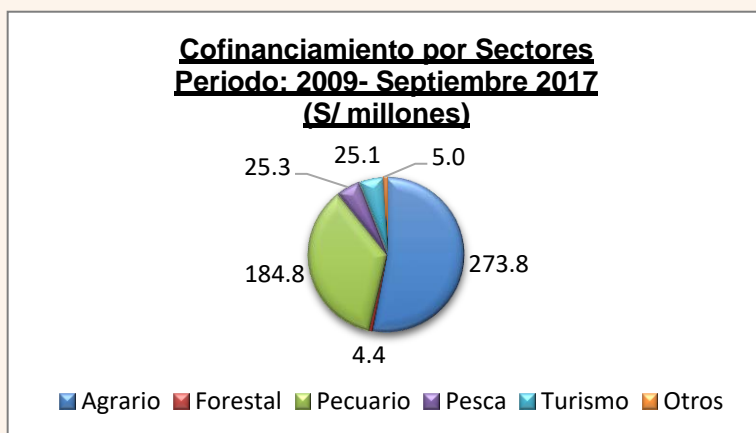
Fuente: Unidad Técnica de PROCOMPITE (Información proporcionada por los GR y GL hasta el 31 agosto de 2017).

De la misma manera, desde el año 2009 hasta fines de agosto, se ha registrado una ejecución financiera del cofinanciamiento de las propuestas productivas ganadoras, en Gobiernos Regionales y Locales, que asciende a 413, 542,871 millones de soles. En el año 2016 se ha registrado una ejecución de 75.08 millones de soles.



Fuente: Unidad Técnica de PROCOMPITE (Información proporcionada por los GR y GL hasta el 31 agosto de 2017).

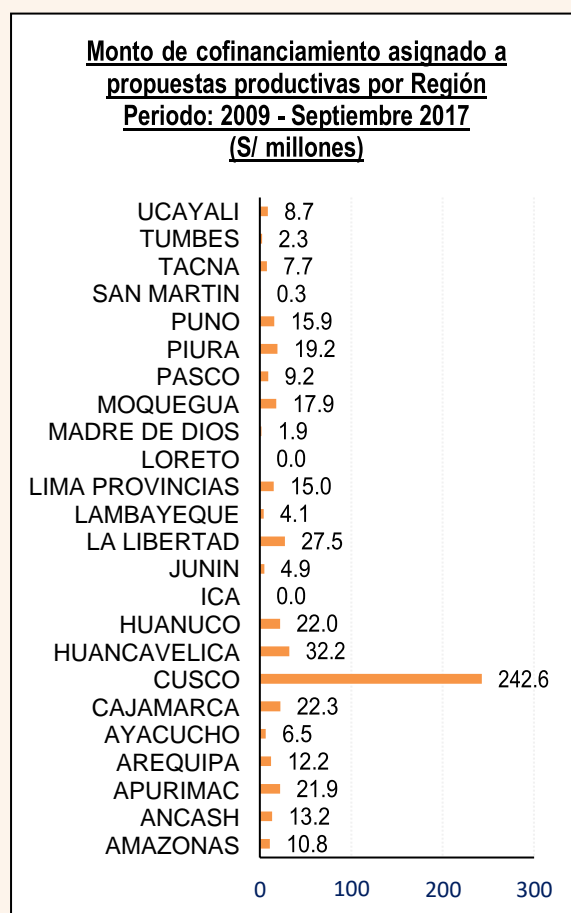
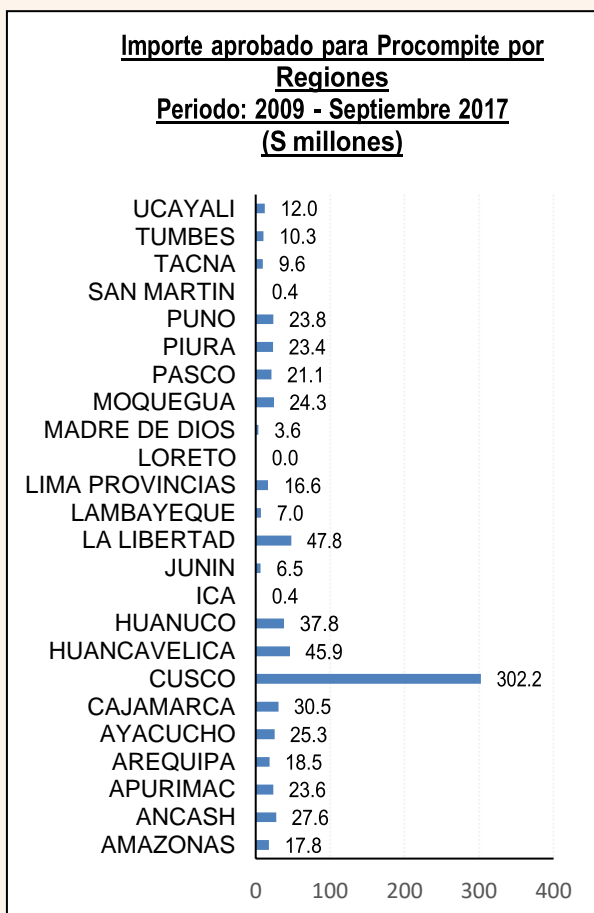
Cofinanciamiento de Propuestas Productivas ganadoras en procesos concursables



Hasta el mes de agosto de 2017, el cofinanciamiento no reembolsable alcanzó un monto total de S/.518'342,541; contribuyendo con una mejora significativa al sector Agrario (53%), seguido por el Pecuario (36%). beneficiados.

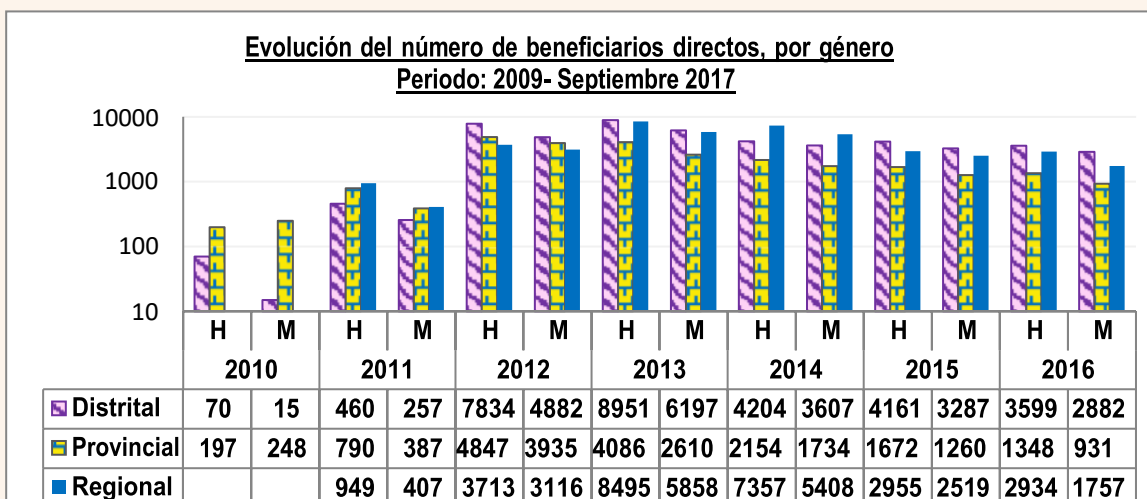
Fuente: Unidad Técnica de PROCOMPITE (Información proporcionada por los GR y GL hasta el 31 de agosto de 2017).

La Región Cusco obtuvo el mayor monto de cofinanciamiento mediante PROCOMPITE con S/. 242.6 millones (47% del total), seguido por la Región Huancavelica con S/. 32.2 millones.



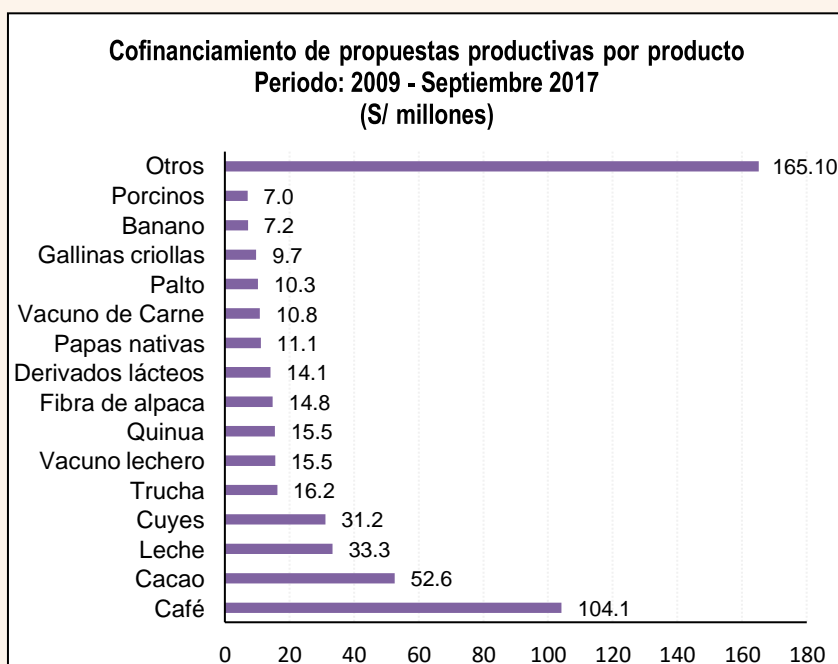
Fuente: Unidad Técnica de PROCOMPITE (Información proporcionada por los GR y GL hasta el 20 Dic.2016).

A la fecha, se ha logrado que 199 entidades declaren 3,452 propuestas productivas ganadoras, beneficiando a los Agentes Económicos Organizados (AEOs), que hacen un total de 122,103 productores.



Fuente: Unidad Técnica de PROCOMPITE (Información proporcionada por los GR y GL hasta el 31 de agosto de 2017).

De las 3,452 propuestas productivas ganadoras, los productos que más se han beneficiado con PROCOMPITE son: café, cacao, leche, cuyes y trucha; los cuales representan el 20.1%, 10.1%, 6.4%, 6.0% y 3.1% del total de productos. Finalmente se muestra la lista de los productos que obtuvieron mayores niveles de cofinanciamiento de PROCOM PITE desde el año 2009 al presente.



Fuente: Unidad Técnica de PROCOMPITE (Información proporcionada por los GR y GL hasta el 31 de agosto de 2017).

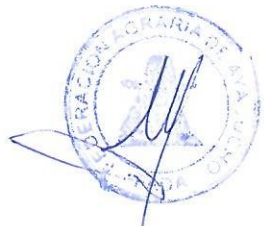
San Isidro, septiembre de 2017

**ANEXO N°01: RESULTADOS FINALES DE EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS PRODUCTIVAS - PROCOMPITE
REGIONAL AYACUCHO 2022**

N°	PLAN DE NEGOCIOS	NOMBRE DE PLAN DE NEGOCIO	CADENA	CATEGORIA	INVERSION TOTAL	COFINAC. GRA	MONETARIO AEO	NO MONETARIO AEO	ESTADO	TOTAL	BONIFICACION POR DISCAPACIDAD
1	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA TURÍSTICO INDUSTRIAL "CCORI WAYRA CHINA" DEL CASERIO DE IRHUACA	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CUYES, EN LA ASOCIACION AGROPECUARIA TURISTICO INDUSTRIAL CCORI WAYRA CHINA DE CASERIO IRHUACA, DISTRITO DE CHAVINA, PROVINCIA DE LUCANAS, REGION AYACUCHO.	CUY	A	194,956.00	150,830.50	10,000.00	34,125.50	CALIFICA	95	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado
2	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA DE CHALLHUALLA	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CUY DE LA ASOCIACION AGROPECUARIA DE CHALLHUALLA, DEL DISTRITO DE LUCANAS, PROVINCIA DE LUCANAS, REGION AYACUCHO	CUY	A	199,890.88	159,748.40	10,000.00	30,142.48	CALIFICA	92	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado
3	COMUNIDAD CAMPESINA CONDORCCOCHA	MEJORAMIENTO DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LA FIBRA DE VICUNA EN LA COMUNIDAD CAMPESINA CONDORCCOCHA, DISTRITO DE CORACORA, PROVINCIA DE PARINACOCAS, REGION AYACUCHO	VICUÑA	A	199,951.80	159,961.35	9,997.59	29,992.86	CALIFICA	87	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado



4	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE CHULLUCAPAMPA DE ANDAMARCA	CREACION DE UNA PLANTA DE DERIVADOS LACTEOS EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE CHULLUCAPAMPA DE ANDAMARCA, DISTRITO DE CARMEN SALCEDO, PROVINCIA DE LUCANAS, REGION AYACUCHO	VACUNO	A	200,000.00	160,000.00	10,000.00	30,000.00	CALIFICA	86	
5	ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE MUJERES AGROBIODIVERSIDA D, ARTESANAL KUSY MAKY	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MIEL DE ABEJA DE LA ASOCIACION PROVINCIAL MUJERES AGROBIODIVERSIDAD ARTESANAL KUSI MAKY, DEL CENTRO POBLADO PORTA CRUZ DEL DISTRITO DE CARAPO, PROVINCIA DE HUANCASANCOS, REGION AYACUCHO.	APICULTURA	A	197,713.32	154,410.00	10,010.00	33,293.32	CALIFICA	86	
6	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y AGROPECUARIOS DE CAFÉ ALTURA PATAHUASI	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN, TRANSFORMACIÓN, COMERCIALIZACIÓN E INNOVACIÓN CON SOFTWARE DE TRAZABILIDAD EN CAFÉ, EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y AGROPECUARIOS DE CAFÉ ALTURA PATAHUASI DEL DISTRITO DE ANCO, PROVINCIA LA MAR, REGIÓN DE AYACUCHO	CAFÉ	A	200,000.00	160,000.00	10,000.00	30,000.00	CALIFICA	86	
7	ASOCIACION AGROPECUARIA SIERRA ESCONDIDA DE MIRAFLORES	MEJORAMIENTO DE CAPACIDADES TÉCNICO-PRODUCTIVAS PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE Y DERIVADOS EN LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA SIERRA ESCONDIDA DE MIRAFLORES, DISTRITO	VACUNO	A	200,000.00	160,000.00	10,000.00	30,000.00	CALIFICA	85	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado



		VILCANCHOS, PROVINCIA DE VÍCTOR FAJARDO, REGIÓN AYACUCHO									
8	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS SAN MARTIN - PUQUIO	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MIEL DE ABEJA DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS SAN MARTIN PUQUIO, DEL DISTRITO DE PUQUIO. PROVINCIA DE LUCANAS, DEPARTAMENTO DE AYACUCHO.	APICULTURA	A	199,576.23	159,559.20	10,000.00	30,017.03	CALIFICA	85	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado
9	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES LOS QALAWASAS	MEJORAMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE PAPA NATIVA EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES LOS QALAWASAS, DISTRITO VILCANCHOS, PROVINCIA DE VÍCTOR FAJARDO, REGIÓN AYACUCHO	PAPA NATIVA	A	200,000.00	160,000.00	10,000.00	30,000.00	CALIFICA	85	
10	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LLOQICHAYOCC	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE QUINUA DE LA ASOCIACION AGROPECUARIA LLOQICHAYOCC, ANEXO ORRCCOHUASI DEL DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO	QUINUA	A	196,324.64	149,584.50	10,250.00	36,490.14	CALIFICA	84	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado
11	COMUNIDAD CAMPESINA DE PAMPAMARCA DEL DISTRITO DE CORACORA	MEJORAMIENTO DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LA FIBRA DE VICUÑA, DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE PAMPAMARCA, DISTRITO CORACORA, PROVINCIA	VICUÑA	A	199,988.79	159,990.34	9,999.47	29,998.98	CALIFICA	84	



		PARINACOCHAS, REGION AYACUCHO									
12	ORGANIZACION DE DESARROLLO INCLUSION Y PROGRESO AMERICANO	MEJORAMIENTO TECNICO Y COMERCIAL DE LA CRIANZA DE CUYES EN LA ORGANIZACION DE DESARROLLO INCLUSION Y PROGRESO AMERICANO, DISTRITO DE HUANTA, PROVINCIA DE HUANTA, REGION AYACUCHO	CUY	A	199,916.90	159,892.90	10,010.00	30,014.00	CALIFICA	84	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado
13	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORAS DE PACCHA QAYTU	MEJORAMIENTO DE LA CONFECCION Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍA TEXTIL DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORAS DE PACCHA QAYTU, DISTRITO DE VINCHOS, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	ARTESANIA	A	100,000.00	80,000.00	5,000.00	15,000.00	CALIFICA	83	
14	ASOCIACION DE EMPRENDEDORES DE COCHABAMBA - CHIARA	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CUY DE LA ASOCIACION DE EMPRENDEDORES DE COCHABAMBA, DEL DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO	CUY	A	197,215.56	153,121.19	14,500.00	29,594.37	CALIFICA	83	
15	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES LA VICUÑITA DE ILLAPATA	MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE FIBRA DE VICUÑA, DE LA ASOCIACIÓN LA VICUÑITA DE ILLAPATA. DISTRITO LUCANAS, PROVINCIA LUCANAS, REGIÓN AYACUCHO.	VICUÑA	A	199,992.78	159,992.46	9,999.64	30,000.68	CALIFICA	83	



16	ASOCIACION AROMA DE MONTAÑA HUANCAPAMPA TAMBO LA MAR	AMPLIACION DE LA PLANTA PROCESADORA DE LECHE PARA LA PRODUCCION DE DERIVADOS LACTEOS DE LA ASOCIACION AROMA DE MONTANA EN EL DISTRITO DE TAMBO, PROVINCIA LA MAR Y DEPARTAMENTO DE AYACUCHO	VACUNO	A	199,847.02	159,056.59	10,137.43	30,653.00	CALIFICA	82
17	COMUNIDAD CAMPESINA DE HURAY HUMA	MEJORAMIENTO DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LA FIBRA DE VICUÑA, DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE HURAY HUMA, DISTRITO CORACORA, PROVINCIA PARINACOCCHAS, REGION AYACUCHO	VICUÑA	A	199,671.52	159,737.06	9,983.58	29,950.88	CALIFICA	81
18	ASOCIACION DE NUCLEOS DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL DISTRITO DE AYNA SAN FRANCISCO-LA MAR-AYACUCHO	AMPLIACION DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA DE TRANSFORMACION DE CHOCOLATES YUNKINO DE LA ASOCIACION DE NUCLEOS DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL DISTRITO DE AYNA SAN FRANCISCO, PROVINCIA DE LA MAR, REGION AYACUCHO	CACAO	A	200,000.00	159,956.00	10,000.00	30,044.00	CALIFICA	81
19	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS AGRO INDUSTRIAL FORESTAL VIAL DE NUEVO FLORECER DE ROCCHAS	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE PALTA HASS ORGANICA EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS, AGRO INDUSTRIAL FORESTAL VIAL DE NUEVO FLORECER DE ROCCHAS, COMUNIDAD DE ROCCHAS DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL, PROVINCIA LA MAR, REGION AYACUCHO	PALTO	A	199,543.57	156,374.40	10,500.00	32,669.17	CALIFICA	78



20	ASOCIACION MULTISERVICIO MARAVILLA DEL VRAEM	MEJORAMIENTO DE PRODUCCIÓN DE CHOCOLATE BITTER CON ADICIÓN DE MICROALGA ESPIRULINA RICO EN HIERRO, DE LA ASOCIACIÓN MULTISERVICIO LAS MARAVILLAS DE VRAE, DISTRITO CANAYRE, PROVINCIA HUANTA, REGIÓN AYACUCHO	CACAO	A	200,000.00	159,784.00	10,150.00	30,066.00	CALIFICA	78
21	ASOCIACION DE PRODUCTORES ALLYN KAUSAY DE QUINUA PUCRO CCORIACC	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA CALIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA QUINUA EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES ALLYN KAUSAY DE QUINUA PUCRO - CCORIACC, DISTRITO MARÍA PARADO BELLIDO, PROVINCIA CANGALLO , REGIÓN AYACUCHO	QUINUA	A	199,578.00	157,980.00	10,500.00	31,098.00	CALIFICA	78
22	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES NOGALITOS	MEJORAMIENTO DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA Y COMERCIAL DE LOS DERVADOS LACTEOS PRODUCIDOS EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES NOGALITOS EN LA LOCALIDAD DE LLACHOCCMAYO, DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION DE AYACUCHO	VACUNO	A	127,941.68	102,234.68	6,513.00	19,194.00	CALIFICA	78
23	ASOCIACION DE GANADEROS FORESTACION Y PRODUCTORES ORGANICOS JOSE MARIA ARGUEDAS DE VISCHONGO	MEJORAMIENTO , AMPLIACION E INNOVACION DE LA ACTIVIDAD PISCICOLA PARA LA PRODUCCION DE TRUCHAS EN LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS FORESTACION Y PRODUCTORES ORGANICOS JOSE MARIA ARGUEDAS DE VISCHONGO-JARANAPAMPA - SAYACC MAYO , DEL DISTRITO DE VISCHONGO,	TRUCHA	A	159,424.98	126,724.98	8,700.00	24,000.00	CALIFICA	77



		PROVINCIA DE VILCAS HUAMAN, REGION AYACUCUCHO								
24	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ORGÁNICOS DE ANCHIHUAY	MEJORAMIENTO DE LA CAPACIDAD TECNOLÓGICA DE PRODUCCIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE CACAO FINO DE AROMA EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ORGÁNICOS DE ANCHIHUAY, DISTRITO ANCHIHUAY, PROVINCIA LA MAR, REGIÓN AYACUCHO	CACAO	A	198,943.20	156,896.00	10,000.00	32,047.20	CALIFICA	77
25	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIO ECOLOGICO Y APIARIOS VALLE PAMPAS CHUSCHI	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA Y DERIVADOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APIARIOS VALLE PAMPAS-CHUSCHI, DISTRITO CHUSCHI, PROVINCIA CANGALLO Y REGION AYACUCHO	APICULTURA	A	199,990.00	159,992.00	9,999.50	29,998.50	CALIFICA	76
26	ASOCIACIÓN DE TEJEDORAS CHOMPAS CON 2 PALITOS A MANO DEL DISTRITO DE OCROS	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANÍA TEXTIL EN LA ASOCIACION DE TEJEDORAS DE CHOMPAS CON 2 PALITOS A MANO DEL DISTRITO DE OCROS, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	ARTESANIA	A	125,000.00	100,000.00	6,250.00	18,750.00	CALIFICA	75
27	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS AROMA CACAO DE BALSAMOCCASA	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION DEL CACAO FINO DE AROMA EN LA ASOCACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS AROMA CACAO DE BALSAMOCCASA, DISTRITO DE CHUNGUI, PROVINCIA DE LA MAR, REGION AYACUCHO	CACAO	A	193,431.89	146,971.89	10,360.00	36,100.00	CALIFICA	75



28	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS SAN JOSÉ GLORIOSO - OCROS	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PALTA HASS Y FUERTE EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS SAN JOSÉ GLORIOSO DEL DISTRITO DE OCROS, PROVINCIA HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	PALTO	A	175,000.00	140,000.00	8,750.00	26,250.00	CALIFICA	74
29	ASOCIACIÓN CULTURAL MANOS TALLADORAS ALLCCA	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍA DE TALLADO EN PIEDRA DE HUAMANGA EN LA ASOCIACIÓN CULTURAL MANOS TALLADORAS ALLCCA DEL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	ARTESANIA	A	200,000.00	160,000.00	10,000.00	30,000.00	CALIFICA	74
30	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA ATALAMBRA LURICOCHA-HUANTA	MEJORAMIENTO DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA Y EMPRESARIAL DE LA CRIANZA DE CUYES EN LA ASOCIACION AGROPECUARIA ATALAMBRA, DISTRITO DE LURICOCHA, PROVINCIA DE HUANTA, REGION AYACUCHO	CUY	A	197,015.00	157,221.00	10,100.00	29,694.00	CALIFICA	74



N°	PLAN DE NEGOCIOS	NOMBRE DE PLAN DE NEGOCIO	CADENA	CATEGORIA	INVERSION TOTAL	COFINANC. GRA	MONETARIO AEO	NO MONETARIO AEO	ESTADO	TOTAL	BONIFICACION POR DISCAPACIDAD
1	PRODUCTORES AGROPECUARIOS FLORES DE SAN MIGUEL "PROAGROFLORES"	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PALTO EN LA ASOCIACION PRODUCTORES AGROPECUARIOS FLORES DE SAN MIGUEL PROAGROFLORES DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL - PRVINCIA DE LA MAR - AYACUCHO	PALTO	B	398,830.86	276,401.36	40,080.00	82,349.50	CALIFICA	85	-
2	NUTRIMENTOS JANA S.A.C.	MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE ALEVINES DE TRUCHA EN LA EMPRESA NUTRIMENTOS JANA SAC. DEL DISTRITO DE AYACUCHO, PROVINCIA HUAMANGA, REGION AYACUCHO	TRUCHA	B	398,164.40	277,754.40	40,770.00	79,640.00	CALIFICA	85	-
3	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRARIOS SACHABAMBA - AYACUCHO	MEJORAMIENTO DE CAPACIDADES TECNICAS PRODUCTIVAS PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE CHUÑO EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGRARIOS SACHABAMBA DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO	PAPA NATIVA	B	394,173.00	274,494.50	40,458.50	79,220.00	CALIFICA	83	-



4	ANDES FOOD PERU S.A.C. - AFOOD PERU S.A.C	AMPLIACION DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DERIVADOS DE QUINUA, HOJUELAS INSTANTANEAS Y SNACK DE QUINUA DE ANDES AFOOD PERU SAC, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA HUAMANGA, REGION AYACUCHO.	QUINUA	B	376,231.69	252,665.10	46,183.82	77,382.77	CALIFICA	82	-
5	EMPRESA TEXTIL PARIC SAC	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA DE TAPICES DE LA EMPRESA TEXTIL PARIC SAC. EN EL DISTRITO DE AYACUCHO, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO.	ARTESANIA	B	268,220.72	181,782.72	31,438.00	55,000.00	CALIFICA	82	-
6	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA VIRGEN INMACULADA CONCEPCIÓN DE ACOS VINCHOS - HUAMANGA	AMPLIACION Y ESTANDARIZACION PARA LA PRODUCCION DE CUYES DE LA ASOCIACION AGROPECUARIA VIRGEN INMACULADA CONCEPCION DEL DISTRITO DE ACOS VINCHOS, HUAMANGA, AYACUCHO	CUY	B	376,135.49	262,860.36	37,770.00	75,505.13	CALIFICA	82	-
7	KORI ANKA SUR SAC	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TRUCHA DEL AEO KORI ANKA SUR SAC, DISTRITO DE CHIPAO PROVINCIA DE LUCANAS	TRUCHA	B	200,000.01	140,000.01	20,000.00	40,000.00	CALIFICA	81	-



8	AGROINDUSTRIAS GARAY SAC	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE DERIVADOS DE CACAO DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS GARAY SAC DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	CACAO	B	399,978.00	279,978.00	40,000.00	80,000.00	CALIFICA	80	-
9	MONTEFINO SAC	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO ECOTURISTICO VIVENCIAL Y RECREATIVO DE LA EMPRESA MONTEFINO SAC, DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	TURISMO	B	359,386.22	251,252.00	36,000.00	72,134.22	CALIFICA	80	-
10	EMPRESA AGROPECUARIA LA PRADERA DE SACHABAMBA SAC	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE YOGURT Y QUESOS DE LA EMPRESA AGROPECUARIA LA PRADERA DE SACHABAMBA S.A.C. EN EL DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION DE AYACUCHO	VACUNO	B	400,000.00	280,000.00	40,000.00	80,000.00	CALIFICA	80	-
11	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS E INDUSTRIALES DE LAS ALTURAS DE VRAE	INCREMENTO DE LA CAPACIDAD COMERCIAL Y NIVEL DEL CONSUMO DE CAFE ESPECIALES MEDIANTE LA APERTURA DE CAFETERIAS A TRAVES DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS E INDUSTRIALES DEL VRAE, EN EL DISTRITO DE AYNA, PROVINCIA LA MAR, REGION AYACUCHO	CAFÉ	B	327,879.20	188,104.00	37,500.00	102,275.20	CALIFICA	80	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado



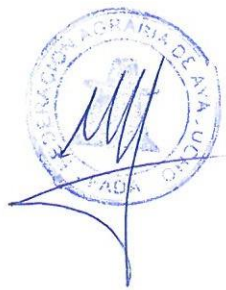
12	CORPORACIÓN INDUSTRIAL MICATASI S.R.L.	AMPLIACIÓN DEL PROCESO DE MOLIENDA Y ENVASADO DE DERIVADOS DE QUINUA DE LA CORPORACIÓN INDUSTRIAL MITACASI SRL DEL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, HUAMANGA, AYACUCHO.	QUINUA	B	373,861.00	198,552.00	96,600.00	78,709.00	CALIFICA	80	-
13	GRUPO VILCASID S.A.C	MEJORAMIENTO DE LA TRANSFORMACION Y COMERCIALIZACION DE DERIVADOS DE QUINUA EN LA EMPRESA GRUPO VILCASID S.A.C. EN EL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO	QUINUA	B	300,000.00	210,000.00	30,000.00	60,000.00	CALIFICA	80	-
14	COMUNIDAD CAMPESINA VILLA DE LOS INCAS - INTIHUATANA	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO TURISTICO RURAL VIVENCIAL, PAISAJISTICO Y ARQUEOLOGICO MEDIANTE LA CREACION DEL SERVICIO DE HOSTELERIA TEMATICA EN EL AEO VILLA LOS INCASINTIHUATANA EN EL DISTRITO VISCHONGO, PROVINCIA VILCASHUAMAN, DEPARTAMENTO AYACUCHO	TURISMO	B	400,000.00	280,000.00	40,000.00	80,000.00	CALIFICA	79	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado
15	MAKAWI INVERSIONES SAC	MEJORAMIENTO DE LA TRANSFORMACION DE CAFÉ EN LA EMPRESA MAKAWI INVERSIONES SAC, EN EL DISTRITO DE SIVIA, PROVINCIA DE HUANTA, REGIÓN AYACUCHO	CAFÉ	B	239,711.58	165,575.00	24,136.58	50,000.00	CALIFICA	79	-



16	MULTISERVICIOS Y AGROINDUSTRIAS INTI SAC	MEJORAMIENTO DEL PROCESO DE ENVASADO DE LOS DERIVADOS DE LA QUINUA, DEL AEO MULTISERVICIOS Y AGROINDUSTRIAS INTI SAC DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA DE HUAMANGA Y REGIÓN DE AYACUCHO.	QUINUA	B	409,354.00	279,921.00	44,841.00	84,592.00	CALIFICA	79	-
17	*AGROINDUSTRIAS CEYBA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CEYBA S.A.C.	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESO PASTEURIZADO FRESCO PRENSADO DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS CEYBA S.A.C., DISTRITO DE ANDRÉS AVELINO CÁCERES DORREGARAY, PROVINCIA DE HUAMANGA, DEPARTAMENTO DE AYACUCHO.	VACUNO	B	394,758.75	264,170.00	40,000.00	90,588.75	NO CALIFICA	78	-
18	*ARTES PIZARRO SAC	AMPLIACION DEL PROCESO DE TALLADO EN PIEDRA DE HUAMANGA Y ADECUACIÓN TURISTICA DE UN TALLER DE INTERPRETACION CULTURAL Y DE ENSEÑANZA DE LA EMPRESA ARTES PIZARRO SAC DEL DISTRITO DE AYACUCHO, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	ARTESANIA	B	289,845.00	141,589.00	78,588.00	69,668.00	NO CALIFICA	78	-
19	*INDUSTRIAS ALIMENTARIAS DEL ANDE S.A.C	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION DE HOJUELAS DE QUINUA PRECOCIDA DEL AEO INDUSTRIAS ALIMENTARIAS DEL ANDE SAC., DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA	QUINUA	B	273,341.25	190,611.40	27,960.00	54,769.85	NO CALIFICA	77	-



		HUAMANGA, AYACUCHO	REGION										
20	*NATUREL BIO S.A.C	MEJORAMIENTO DE PLANTA DE PROCESAMIENTO DE QUINUA ORGANICO PERLADO EN LA EMPRESA NATUREL BIO S.A.C. DEL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA DE LA PROVINCIA DE HUAMANGA DE LA REGION DE AYACUCHO	QUINUA	B	416,399.07	271,494.40	60,976.00	83,928.67	NO CALIFICA	77	-		
21	*ALIMENTOS COLDA SAC	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN, PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA Y OTROS PRODUCTOS DE LA APICULTURA EN LA EMPRESA ALIMENTOS COLDA SAC DEL DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	APICULTURA	B	302,000.00	211,400.00	30,200.00	60,400.00	NO CALIFICA	77	-		
22	*EMPRESA PSICULTOR GEDEON S.R.L.	MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA PARA LA MEJORA DE LA PRODUCCION DE TRUCHA ARCO IRIS EN LA EMPRESA PISICULTOR GEDEON S.R.L., DISTRITO DE HUANCAPI, PROVINCIA DE VICTOR FAJARDO, REGION AYACUCHO	TRUCHA	B	224,550.13	155,810.13	23,740.00	45,000.00	NO CALIFICA	77	-		



23	*LADA INVERSIONES SAC	AMPLIACIÓN DE LAS LÍNEAS DE PRODUCCIÓN DE DERIVADOS DE QUINUA Y GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA LADA INVERSIONES SAC DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA HUAMANGA, DEPARTAMENTO AYACUCHO.	QUINUA	B	399,969.00	213,280.00	105,575.00	81,114.00	NO CALIFICA	76	-
24	*YAZIRA S.A.	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN, POST PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA DE LA MICROEMPRESA YAZIRA S.A., EN EL DISTRITO DE HUANTA, PROVINCIA DE HUANTA, AYACUCHO	APICULTURA	B	282,343.23	196,433.04	28,435.00	57,475.19	NO CALIFICA	75	-
25	*ASOCIACIÓN FAMILIAS UNIDAS DE MILLCCA	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUY DE LA ASOCIACIÓN FAMILIAS UNIDAS DE MILLCCA, DEL DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGIÓN AYACUCHO.	CUY	B	396,001.73	276,661.65	40,014.00	79,326.08	NO CALIFICA	75	-
26	*ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ACCNOYUCC DE HUAMANCCOCHA	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ACCNOYUCC DE HUAMANCCOCHA DEL DISTRITO DE ACOS VINCHOS, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO.	QUINUA	B	370,212.96	256,171.30	38,000.00	76,041.66	NO CALIFICA	74	-



27	*GRANOS ALTOANDINOS HYD S.A.C	INSTALACION DE UNA PLANTA PROCESADORA DE HARINA EXTRUIDA DE QUINUA EN LA EMPRESA GRANOS ALTOANDINOS HYD S.A.C. EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, PROVINCIA HUAMANGA, REGION AYACUCHO	QUINUA	B	399,335.56	275,818.91	43,486.48	80,030.17	NO CALIFICA	74	-
28	*ASOCIACION AGROINDUSTRIAL EXPORTADORA ANDINA SUR - AYACUCHO	MEJORAMIENTO DE LA TECNOLOGIA PRODUCTIVA DE QUINUA EN LA ASOCIACION AGROINDUSTRIAL EXPORTADORA ANDINA DEL SUR AYACUCHO, DISTRITO CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO	QUINUA	B	398,531.34	278,308.80	40,250.00	79,972.54	NO CALIFICA	74	-
29	*CENTRO PISCICOLA VASAP SAC	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION DE TRUCHA ARCO IRIS DEL AEO CENTRO PISCICOLA VASAP S.A.C, DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE CIRCAMARCA, DISTRITO DE HUANCARAYLLA, PROVINCIA DE VICTOR FAJARDO, REGION AYACUCHO	TRUCHA	B	402,566.00	279,748.00	41,970.00	80,848.00	NO CALIFICA	73	-
30	*EMPRESA REAL ANDINO MULTISERVICIOS SAC	MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE DERIVADOS LACTEOS DE LA EMPRESA REAL ANDINO MULTISERVICIOS S.A.C. DEL DISTRITO DE CHIARA, PROVINCIA DE HUAMANGA, REGION AYACUCHO.	VACUNO	B	363,428.96	238,876.93	47,952.03	76,600.00	NO CALIFICA	72	-



N°	PLAN DE NEGOCIOS	NOMBRE DE PLAN DE NEGOCIO	CADENA	CATEGORIA	INVERSION TOTAL	COFINANC. GRA	MONETARIO AEO	NO MONETARIO AEO	ESTADO	TOTAL	BONIFICACION POR DISCAPACIDAD
1	ASOCIACIÓN RUYACC YACU CAFÉ ALTURA DEL DISTRITO DE ANCHIHUAY	CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ EN LA ASOCIACIÓN RUYACC YACU CAFÉ ALTURA DEL DISTRITO DE ANCHIHUAY, PROVINCIA LA MAR, REGIÓN AYACUCHO	CAFÉ	C	410,215.36	194,951.00	84,694.00	130,570.36	CALIFICA	88	Adicional del 5 % sobre el total de puntaje acumulado
2	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA EL QUINACHO L 78	CREACION DE PLANTA DE PROCESAMIENTO DE CAFÉ ORGANICO MOLIDO DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA EL QUINACHO L 78 - DISTRITO DE SIVIA, PROVINCIA DE HUANTA, REGION AYACUCHO	CAFÉ	C	844,169.19	398,028.07	191,700.00	254,441.12	CALIFICA	74	

Nota: * Respecto a los saldos presupuestales en las diferentes categorías se viene gestionando ante el Consejo Regional la modificatoria del Acuerdo de Consejo Regional N°131-2021-GRA/CR que aprueba la distribución presupuestal según categoría A, B y C ; De ser positivo la modificación del Acuerdo de Consejo Regional N°131-2021-GRA/CR se establecerá el procedimiento según la Ley N°29337 - Ley que establece disposiciones para Apoyar la Competitividad Productiva a través de su reglamento aprobado con Decreto Supremo N°001-2021-PRODUCE establece que la selección y priorización de planes de negocios se realiza en orden de prelación hasta agotar los recursos aprobados de Procompite, en relación a los planes de negocios con calificación igual o superior a 70 puntos acumulados.



Catálogo de Mejora Tecnológica para la Competitividad Agraria Programa AGROIDEAS



PERÚ

Ministerio
de Agricultura y Riego



AGROIDEAS

Programa de Compensaciones para la Competitividad

EL PERÚ PRIMERO

¿Qué es AGROIDEAS?

El Programa de Compensaciones para la Competitividad (PCC) – AGROIDEAS del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), promueve la competitividad agraria a través del cofinanciamiento no reembolsable de Planes de Negocio sostenibles y Proyectos de Reconversión Productiva Agropecuaria.

¿A quién está dirigido?

A pequeños y medianos productores agrarios, que desarrollan sus actividades en unidades productivas sostenibles, organizados bajo cualquier tipo de personería jurídica permitida por ley (cooperativa, asociación, comunidad campesina, etc.) en las cadenas de valor de la agricultura familiar.

¿Para qué se otorga el cofinanciamiento no reembolsable?

Para **Planes de Negocio**, los cuales buscan:

- Aumentar la productividad y/o producción
- Mejorar el proceso de transformación de productos
- Mejorar el proceso de comercialización
- Mejorar la calidad de los productos
- Reducir los costos de producción

Para **Proyectos de Reversión Productiva Agropecuaria (PRPA)**, los cuales

buscan:

- El cambio o transformación voluntaria hacia una producción diferente a la actual
- Innovar y agregar valor a la producción mediante la utilización de sistemas tecnológicos eficientes en toda la cadena productiva

¿Cuáles son los incentivos para acceder al cofinanciamiento no reembolsable de Planes de Negocio?

Incentivo en Adopción de Tecnología Para implementar nuevas tecnologías, reducir costos y/o mejorar los sistemas de producción. Además, permite una mayor productividad y facilitar la articulación al mercado.

Incentivo en Gestión empresarial Para incorporar servicios de gestión que permitan mejorar la operatividad de la Organización Agraria (OA), logrando un desarrollo empresarial sostenible, que facilite su articulación al mercado.

Incentivo en Asociatividad Consiste en el pago no reembolsable que el Programa realiza a favor de las Organizaciones Agrarias, con la finalidad de cubrir los gastos de constitución.

El Ministerio de Agricultura y Riego, a través del programa AGROIDEAS, ha logrado*:

- Cofinanciar **873 Planes de Negocio en adopción de tecnología** a nivel nacional.
- Invertir **S/ 323 824 685.48**, para elevar la competitividad de pequeños y medianos productores.
- Beneficiar a más de **41 mil productores**, y que ellos inviertan más de S/ 100 millones para la ejecución de los Planes.
- Atender **329 068.05 hectáreas** en todo el país.
- Intervenir en más de **70 cadenas productivas**.

* Al cierre del año 2018.

A continuación, te presentamos los **Planes de Negocio** en Adopción de Tecnología (PNT), más representativos a nivel nacional, de las cadenas productivas de banano, cacao, café, cuyes, leche, quinua, panela y vid.



Banano

08

08 Mejora de la productividad del cultivo de banano orgánico durante los procesos post cosecha y certificación de la producción.

10 Adopción de tecnología para los procesos productivos del cultivo de banano orgánico.



12 Mejora del sistema productivo y comercial del cultivo de banano orgánico.

14 Adopción de tecnologías para la mejora de la producción, post cosecha y empaque del banano orgánico.

Cacao

16

16 Incremento de la productividad del cacao con la implementación de nueva maquinaria para el mantenimiento de los cultivos.

18 Fortalecimiento del Programa de Producción y Comercialización de Cacao Orgánico Sostenible.

20 Implementación del Programa de Producción y Exportación de Cacao Orgánico Sostenible.

22 Implementación del sistema de producción y post cosecha de cacao en el VRAEM.



Café

24

24 Incremento de la productividad y calidad del cultivo de café, a través de la aplicación de fertilización convencional y módulos de post cosecha.

26 Mejora de la productividad en campo y reducción de los costos operativos y comerciales mediante la implementación de una planta de beneficio seco.

28 Mejora de los procesos de producción, post cosecha y comercialización de café.

30 Desarrollo del sistema de post cosecha para mejorar la producción de café de calidad.



Cuyes

32

32 Incremento de la producción y productividad de cuyes, mediante la instalación de galpones para el manejo de madres y adecuada asistencia técnica.

34 Mejora de la capacidad de producción de cuyes y manejo de forrajes.

36 Mejora de la capacidad de producción de cuyes.

38 Mejora del nivel competitivo de producción y comercialización de cuyes.



Leche

40

40 Mejora de la producción y comercialización de leche fresca y derivados lácteos.

42 Mejora de la producción y comercialización de derivados lácteos orgánicos.

44 Mejora de la productividad y comercialización de la leche.

46 Incremento de los ingresos económicos de los productores, a través de una mejor producción.



Quinua

48

48 Tecnificación de la producción de quinua, para el incremento de la rentabilidad económica.

50 Mejora de la tecnología productiva y comercialización de la quinua.

52 Mejora de la competitividad productiva y comercial de los cultivos de quinua.

54 Mejora en la producción y comercialización de la quinua orgánica.



Panela

56

56 Planes de Negocio para la comercialización de panela granulada para mercados especiales.

58 Mejora de la productividad y calidad de panela granulada, para la comercialización a mercados especiales.



60 Reconversión productiva de áreas de arroz mediante la implementación de cultivo de caña para la producción de panela granulada.

62 Incremento de la productividad y calidad de panela granulada para su comercialización a mercados especiales.

Vid

64

64 Reconversión de cultivos tradicionales de baja rentabilidad por el cultivo de uva de mesa variedad Red Globe.

66 Tecnificación del manejo del cultivo de uva de mesa Red Globe para exportación y ampliación de 10 ha bajo un sistema de conducción con parrón californiano.

68 Incremento de la rentabilidad económica por la reconversión de alfalfa a uva Thompson Seedless y el mejoramiento de la calidad exportable de uva Red Globe.

70 Reconversión de cultivo de orégano por 19 ha de vid con el fin de incrementar rentabilidad y actividad económica.



PLAN DE NEGOCIO:

Tecnificación de la producción de quinua, para el incremento de la rentabilidad económica

Junín
Jauja
Muqui

Objetivo

Incrementar la producción y productividad de las parcelas de quinua a través de la asistencia técnica, adquisición de semillas certificadas, abonos, foliares y la implementación de maquinaria agrícola.

Bienes y servicios cofinanciados

- Vehículos agrícolas
- Motocargas
- Fertilizantes
- Semillas de quinua
- Balanzas
- Motocicleta
- Coordinador de proyecto

La organización logró **incrementar la producción y productividad de las parcelas de quinua** a través de la **asistencia técnica, adquisición de semillas certificadas, abonos**

y foliares y la **implementación de maquinaria agrícola**. En el año base, su productividad de quinua **fue de 1500 kg/ha**, y actualmente producen

2000 kg/ha

Monto Aprobado del PNT

Total productores beneficiarios

Participan en el Plan

Monto Total
481 250
soles

27

85.5

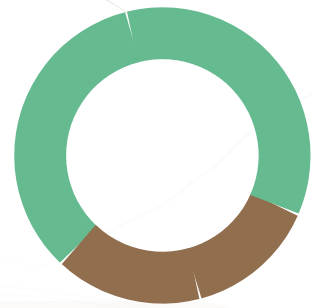
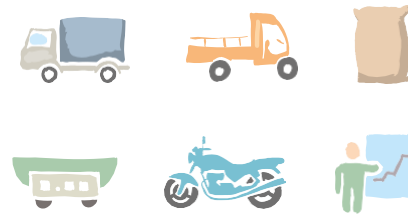
Monto de inversión de la OA

Mujeres Hombres

Hectáreas



Catálogo de Mejora Tecnológica para la Competitividad Agraria - Programa AGROIDEAS



PLAN DE NEGOCIO:

Mejora de la tecnología productiva y comercialización de la quinua

Objetivo

Incrementar la productividad por hectárea de 900 a 1500 kg.

Incrementar el área de cultivo de quinua de 20 a 68 hectáreas.

Bienes y servicios cofinanciados

- Tractor con implementos agrícolas
- Trilladora de quinua
- Formulación del PNT

Ayacucho

Huamanga

Acos Vinchos

Gracias al **aumento de la productividad**, de **900 kg/ha a 1800 kg/ha**, actualmente comercializan **quinua procesada** (hojuelas y harina).

Monto Aprobado del PNT beneficiarios

Total productores

Participan en el Plan

68

Monto Total
309 276
soles

17

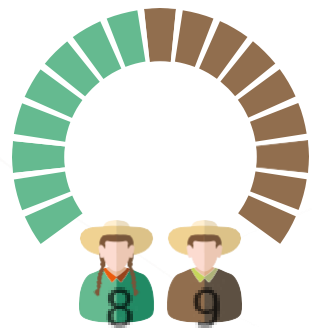
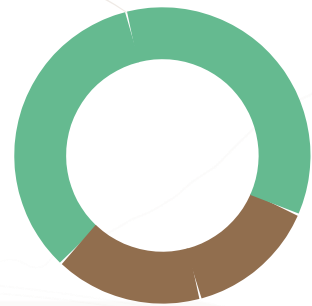
Monto de inversión del Programa
Monto de inversión de la OA

Mujeres Hombres

Hectáreas



Catálogo de Mejora Tecnológica para la Competitividad Agraria - Programa AGROIDEAS



PLAN DE NEGOCIO:

Mejora de la competitividad productiva y comercial de los cultivos de quinua

Objetivo

Ampliación gradual del área cultivada de quinua del Año 1 al Año 5.

Incremento de la productividad en los cultivos de quinua.

Monto Aprobado del PNT
beneficiarios

Total productores

Participan en el
Plan

80

Monto Total
476 592
soles

27

Monto de inversión del Programa

Monto de inversión de la OA

Mujeres Hombres

Hectáreas

Ayacucho

Huamang

aAcocro

Bienes y servicios cofinanciados

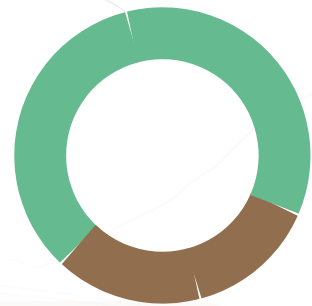
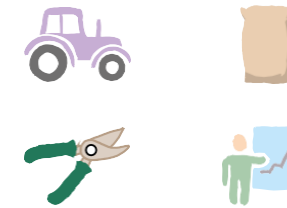
- Tractor con implementos agrícolas
- Fertilizantes
- Herramientas agrícolas
- Coordinador de PNT.

Gracias a la **implementación de tecnología**, han logrado **incrementar su productividad** y ahora comercializan **quinua en grano**.

Actualmente alcanzan una productividad de **1.5 toneladas por hectárea al año**.



Catálogo de Mejora Tecnológica para la Competitividad Agraria - Programa AGROIDEAS



PLAN DE NEGOCIO:

Mejora en la producción y comercialización de la quinua orgánica

Objetivo

Mejorar la productividad.

Acceder al mercado con precios mayores .

Monto Aprobado del PNT
beneficiarios

Total productores

Participan en el
Plan

70

Monto Total
360 278
soles

24

Monto de inversión del Programa

Monto de inversión de la OA

Mujeres Hombres

Hectáreas

Junín

Jauja

Sinco

S

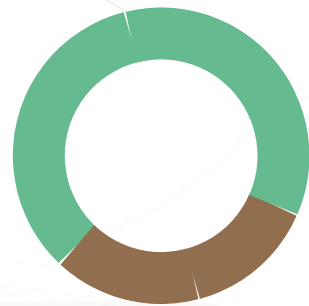
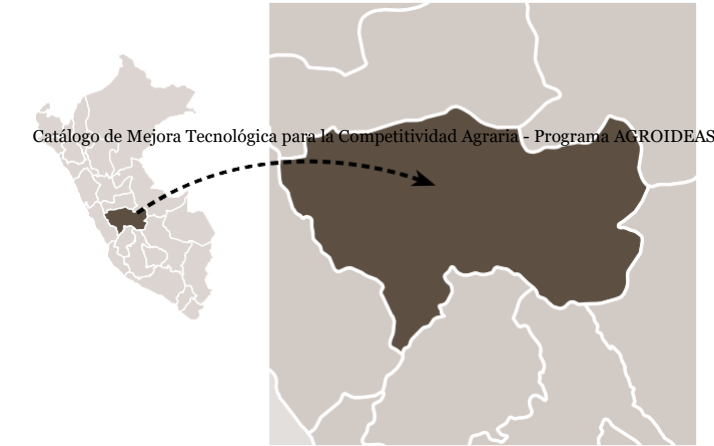
Bienes y servicios cofinanciados

- Tractor agrícola
- Motocicleta lineal
- Abono orgánico
- Certificación orgánica

Han pasado de producir
1200 toneladas de quinua por hectárea a 1800 toneladas de quinua. Es una organización que produce **quinua orgánica**.



Catálogo de Mejora Tecnológica para la Competitividad Agraria - Programa AGROIDEAS



 @AGROIDEASPeru

 @AGROIDEASPeru

 agroideas.peru

 AGROIDEAS Perú



PERÚ

Ministerio
de Agricultura y Riego



AGROIDEAS

Programa de Compensaciones para la Competitividad

Ca. Coronel Odriozola 171, San Isidro - Lima

(511) 416 9880 Anexo 811

www.agroideas.gob.pe

www.gob.pe/minagri

**Cuadro N° 02: Población según Censo y
Proyección Provincia de Huamanga**

Provincia y Distrito	2007	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Huamanga	221 390	256 384	261 382	266 390	271 411	276 443	281 270
Ayacucho	100 935	107 083	108 700	110 282	111 845	113 380	94 442
San Juan Bautista	38 457	43 986	45 548	47 143	48 770	50 429	51 407
Andrés Bello							
Cáceres	-	-	-	-	-	-	21 827
Dorregaray							
Carmen Alto 1/		18 678	19 325	19 987	20 661	21 350	21 758
Jesús Nazareno	15 399	16 684	17 027	17 370	17 712	18 054	18 336
Vinchos	15 787	16 284	16 400	16 510	16 612	16 710	16 787
Acocro	8 953	9 569	9 728	9 887	10 044	10 199	10 812
Socos	6 903	7 066	7 078	7 089	7 099	7 108	7 498
Chiara	6 307	6 729	6 839	6 949	7 056	7 163	7 043
Ocros	5 615	5 587	5 571	5 552	5 531	5 508	6 332
Quínuá	6 115	6 187	6 193	6 198	6 203	6 200	6 255
Acos Vinchos	5 100	5 513	5 622	5 731	5 839	5 948	6 040
Tambillo	5 068	5 391	5 472	5 554	5 635	5 715	5 332
Pacaycasa	2 842	3 017	3 061	3 106	3 149	3 192	3 235
San José de							
Ticllas	2 442	2 986	3 150	3 321	3 500	3 688	2 512
Santiago de							
Pischa	1 467	1 624	1 668	1 711	1 755	1 799	1 654

INEI: Población Estimada por provincias y distritos 2011 – 2015.

1/ La población se estimó en base al censo 2005, debido a que autoridades no permitieron la ejecución de los censos 2007.

El comportamiento del crecimiento poblacional en territorios no se ha generado precisamente en capitales de distrito, sino que son Centros Poblados que albergan mayor población, principalmente debido al desarrollo de actividades comerciales, como se evidencia en el cuadro N° 03.

Cuadro N° 03: Distritos con principales Centros Poblados que albergan mayor número de población

DISTRITO	COD. CP.	NOM. CP.	ÁREA	CATEGORÍA	VIVIENDA	POBLACIÓN
Ayacucho	112735	Ayacucho	Urbano	Ciudad	24 479	97 390
San Juan	130156	San Juan	Urbano	Ciudad	9 892	37 685
Bautista Jesús	120338	Bautista Las	Urbano	Pueblo	3 961	14 316
Nazareno Quinua	121967	Nazarenas Quinua	Urbano	Pueblo	710	2 340
Ayacucho	528243	San Juan de	Urbano	Pueblo	412	1 628
Vinchos	114894	Urubamba Paccha	Urbano	Caserío	368	1 622
Vinchos	528184	Putacca	Rural	Anexo	354	1 532
Chiara	131014	Sachabamba	Rural	Anexo	416	1 016

Fuente: INEI CPV 2007, Información de la Zonificación Ecológica Económica – Ayacucho.

b. Distribución de la población, en los 16 distritos que conforman la provincia de Huamanga

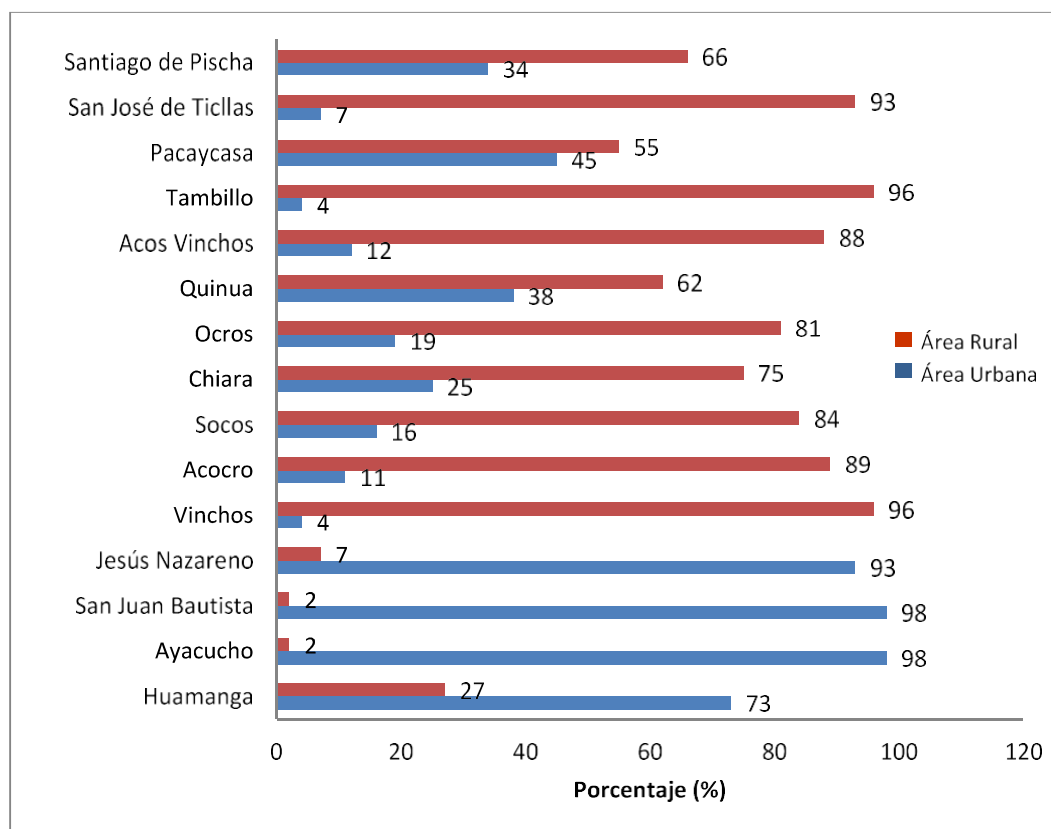
Dentro de la provincia de Huamanga, se tiene identificadas agrupaciones de población tanto urbano y rural, que se caracterizan por su proximidad entre sí, formando núcleos poblacionales; que requieren de actuación en conjunto para resolver la problemática de provisión de servicios básicos.

Según el PDCPH 2009 - 2021, “la forma de crecimiento de la población evidencia un proceso de urbanización no planificado, donde, en la mayoría de los casos, se han ido ocupando espacios correspondientes a tierras agrícolas y a tierras eriazas. La población creciente en el área urbana agudiza el problema de hacinamiento y presiona por el acceso a servicios básicos. Además, ocupación desorganizada limita la adecuada planificación de las inversiones en servicios básicos, tales como luz, agua y desagüe. Como resultado, la población más vulnerable, de ingresos reducidos, tiene un acceso precario y/o informal a estos

servicios, lo cual genera impactos negativos sobre el ambiente y la salud de los pobladores”².

Las cifras en los censos y la proyección de población de la provincia de Huamanga, muestran el desequilibrio en la distribución poblacional, pues solamente los distritos de Ayacucho, San Juan Bautista, Carmen Alto, Jesús Nazareno y el recientemente creado distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, tienen la mayor población a nivel provincial, como se muestra en el gráfico N° 03.

Gráfico N° 03: Porcentaje de Población distribuida según tipo de área
Provincia de Huamanga



Fuente: Censos Nacionales 2007: XI de población y VI de vivienda.

Además podemos apreciar en el cuadro anterior que los distritos que concentran mayor población, constituyen en mayor porcentaje la categoría urbana, a diferencia de los distritos que albergan menor población que en mayor porcentaje concentra población de la categoría

² Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Huamanga 2009 – 2021, Ayacucho, 2009, pág. 19.

cuadro N° 04, muestra que dentro de la provincia de Huamanga, los distritos de Ayacucho y Jesús Nazareno tienen los menores intervalos de pobreza (17,9 a 24,1) y (9,9 a 18,2) respectivamente, mientras que el distrito de San José de Ticllas tiene la mayor condición de pobreza en un intervalo de (78,4 – 93.0).

**Cuadro N° 04: Condición de Pobreza, Grupos Robustos
Y ubicación del distrito por nivel de pobreza – 2013**

Distrito	Proyección de población 2015 1/	Intervalo de Confianza al 95% de la Pobreza Total		Ubicación Pobreza total 9/	Grupos Robusto
		Inferior	Superior		
Huamanga	277 224	33,6	38,1		
Socos	7 441	73,0	90,9	61	4
Vinchos	16 616	71,5	82,3	117	5
Acos Vinchos	5 948	68,0	81,0	143	6
San José Ticllas	2 460	78,4	93,0	27	3
Acocro	10 659	62,6	74,5	262	8
Tambillo	5 259	57,9	71,2	347	8
Santiago de Pischa	1 626	53,8	73,9	364	8
Ocos	6 289	53,8	69,8	427	10
Pacaycasa	3 192	51,7	73,2	401	8
Chiara	6 944	53,2	69,8	433	10
Quinua	6 200	53,4	67,4	475	10
Carmen Alto	21 350	31,5	44,0	1 091	14
San Juan Bautista	50 429	23,4	30,5	1 395	17
Andrés Avelino Cáceres Dorregaray	21 585	21,7	32,0	1 397	17
Ayacucho	93 222	17,9	24,1	1 556	18
Jesús Nazareno	18 004	9,9	18,2	1 718	21

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI - Mapa de Pobreza Distrital 2013.

1/ Población Proyectada a Junio del 2015.

9/ Los distritos se ordenaron de mayor a menor en función al porcentaje de pobreza total de las distritos a nivel Nacional.

1.1.4. SISTEMA PRODUCTIVO

Según el análisis de la Población Económicamente Activa de la provincia de Huamanga se tiene que la PEA Ocupada es de 71,283 (37%), destacando como principal actividad la agricultura (21.35 %) y el comercio por menor (17.49 %), según el cuadro N° 14.

Cuadro N° 14: PEA Ocupada - Según Actividad Económica

Detalle	Provincia Huamanga	
	Cifras	
	Absolutas	%
Agri. ganadería, caza y silvicultura	15,217	21.35 %
Comercio por menor	12,468	17.49 %
Enseñanza	6,749	9.47 %
Transp. almac. y comunicaciones	5,182	7.27 %
Industrias manufactureras	5,124	7.19 %
Construcción	4,789	6.72 %
Hoteles y restaurantes	3,749	5.26 %
Admin. pub. y defensa; p. segur. soc. afil.	3,305	4.64 %
Activit. inmovil., empres. y alquileres	3,182	4.46 %
Actividad económica no especificada	2,724	3.82 %
Otras activi. serv.comun., soc. y personales	2,205	3.09 %
Servicios sociales y de salud	2,169	3.04 %
Hogares privados y servicios domésticos	1,540	2.16 %
Venta, mant. y rep. veh. autom. y motoc.	1,358	1.91 %
Comercio por mayor	756	1.06 %
Intermediación financiera	398	0.56 %
Explotación de minas y canteras	207	0.29 %
Suministro electricidad, gas y agua	146	0.20 %
Pesca	13	0.02 %
Organiz. y órganos extraterritoriales	2	0.00 %
TOTAL	71,283	100

Fuente: INEI – Censos Nacionales 2007.

a. Producción Agraria

Del total de la superficie agropecuaria provincial, el 12.8% (38,284 Has), se consideran aptas para la producción agrícola; y, el 87.2% (259,853 Has) son otras tierras. Esta última se divide en pastos naturales (100,677 Has), montes y bosques (14,171 Has) y 145,035 Has son otras tierras que no favorecen dicha actividad o requieren de un tratamiento adecuado para garantizar su incorporación a la producción agropecuaria.

De las tierras con aptitud o vocación agrícola, (38,284 Has), tan solo el 34.4% (13,180 Has) cuenta con riego y el 65.6% (25,176 Has.) son tierras agrícolas en secano sin riego¹¹.

Cuadro N° 15: Provincia de Huamanga – Recurso Tierra Usada

DISTRITO	SUPERFICIE USADA (Has.)			Total
	Con cultivos y va ser sembrada hasta julio	Pastos naturales manejados	Dedicada a otros usos	
Ayacucho	1.180,18	1,20	48,37	1.229,75
Acocro	6.458,04	169,52	210,18	6.837,74
Acos Vinchos	1.690,71	1,36	89,28	1.781,35
Carmen Alto	576,27	10,68	10,46	597,41
Chiara	11.158,26	678,39	2.158,86	13.995,51
Ocros	1.962,52	162,95	125,79	2.251,26
Pacaycasa	2.000,03	0,98	51,51	2.052,52
Quinua	2.647,77	46,29	563,42	3.257,48
San José de Ticllas	1.069,51	203,05	58,44	1.331,01
San Juan Bautista	602,99	0,10	51,86	654,95
Santiago de Pischa	700,30	9,94	16,02	726,26
Socos	2.529,25	38,83	68,66	2.636,73
Tambillo	5.955,66	63,53	494,37	6.513,55
Vinchos	5.505,81	231,39	471,95	6.209,14
Jesús Nazareno	61,42	0,05	1,71	63,18
Huamanga	44.098,70	1.618,25	4.420,88	50.137,83

Fuente: Censo Agropecuario 2012.

La provincia de Huamanga, presenta ecosistemas con condiciones agropecuarias para el cultivo de tubérculos (zona alta) y cereales (zona baja).

- **Valor Bruto de la Producción Agrícola en la Provincia de Huamanga:**
El Cuadro N° 16 presenta el valor bruto de la producción agrícola obtenida en cada uno de los dieciséis distritos que componen la provincia de Huamanga.

¹¹ Plan de Desarrollo Económico de la Provincia de Huamanga, 2013 - 2021.

El valor bruto obtenido se expresa en soles, de acuerdo a la cantidad de kilos obtenidos en cada tipo de cultivo, multiplicado por el precio de chacra correspondiente. La información consignada se obtuvo a partir de datos sistematizados por las Agencias Agrarias – DRA Ayacucho. Por cuestiones didácticas, se ha reducido el cuadro únicamente a los principales productos de nuestra provincia, así como las cifras referentes a cosecha, producción, rendimiento y precio, variables a partir de las cuales se obtuvo los resultados consignados en el cuadro que presentamos a continuación, donde resalta la producción de papa, quinua y tuna.

Cuadro N° 16: Valor Bruto de la Producción Agrícola (S/.)
Provincia de Huamanga – 2015

CULTIVO	AYACUCHO	ACOCRO	ACOS VINCHOS	CARMEN ALTO	CHIRARA	OCROS	PACAYCASA	QUINUA	SAN JOSÉ DE TICLLAS	SAN JUAN BAUTISTA	SANTIAGO DE PISCHA	SOCOS	TAMBILLO	VINCHOS	JESÚS NAZARENO	ANDRÉS AVELINO CÁCERES	TOTAL
ACHITA O KIWICHA						58500							162000				220500
ARVEJA GRANO SECO	266340	711480	485300	231360	272250	148800	34440	118800	58870	7710	62530	455520	486590	464800	7600	13580	3825970
ARVEJA GRANO VERDE	19500	651000	64500	243960	244760	783580	0	86640	30600	0	39150	868460	176800	42480	12000	28200	3291630
FRIJOL GRANO SECO	42000	0	68000	32400	0	687830	48840	104120	0	0	5000	33040	133950	0	0	0	1155180
MAÍZ AMILÁCEO	744480	1599360	964710	414000	335120	2956980	32770	462150	174240	15000	347820	1860000	607500	961350	64120	43800	11583400
MASHUA O IZANO	0	78080	0	29250	0	44080	0	0	0	0	0	0	172800	104880	0	0	429090
OCA	0	77760	0	34650	0	54600	0	0	0	0	0	0	198000	180960	0	0	545970
OLLUCO	0	486000	196560	67200	407530	266200	0	146250	12000	0	2100	399750	266000	1145340	0	0	3394930
PALTO	20640	0	19120	0	0	2621850	70200	22900	0	55200	0	42330	0	0	15000	17990	2885230
PAPA	874720	25673370	4152450	5869600	34555710	5891400	215280	749760	825120	0	433160	2882770	8712240	11043030	9600	40000	101928210
QUINUA	239020	20020980	3116100	976540	5232040	1109460	35520	309000	105560	0	63560	455510	16348260	415540	0	14490	48441580
TUNA	200200	33600	216810	281300	0	589680	651420	688320	35280	115640	28224000	63700	697950	44550	224420	41800	32108670
ZAPALLO	0	0	0	0	0	44800	0	18000	0	0	0	0	0	0	0	0	62800

Fuente: Agencias Agrarias – DRA – Ayacucho.
Elaboración: Equipo Técnico – PDCPH.

▪ **Identificación de Cadenas Productivas:**

Huamanga es una provincia privilegiada con respecto a la presencia de cadenas productivas (superada solo por la provincia de Huanta). Ello principalmente gracias a la irrigación del Río Cachi, lo cual le ha permitido ser una de las provincias que más desarrolla las cadenas productivas¹².

Cuadro N° 17: Cadenas productivas identificadas en la Provincia de Huamanga, según distrito

PROVINCIA	CADENAS								
	Papa	Tuna y cochinilla	Palta	Maíz morado	Lácteos	Fibra	Cuye	Quinua	Tara
HUAMANGA	Chiara	Ayacucho	Quinua		Chiara	Vinchos	Tambillo	Chiara	Ayacucho
	Acocro	Tambillo	Tambillo	Tambillo	Vinchos		Quinua	Vinchos	
	Tambillo	Quinua	Ocros		Socos				
	Vinchos								

Fuente: Información de la Zonificación Ecológica Económica – Ayacucho. 2012.

Cuadro N° 18: Principales Actividades Productivas y Tipología de Cadenas Productivas con potencial de Mercado Provincia de Huamanga

Sector	Complejo	Vocación productiva	Ubicación de la producción	Por su origen	Según mercado potencial
Agrícola	Tubérculos y raíces	Papa nativa	Cangallo, Huamanga, Huancasancos, Huanta, La Mar, Lucanas, Parinacochas, Paucar del SaraSara, Sucre, Víctor Fajardo, Viicashuamán	Diferenciado	Local / Nacional
	Cereales y granos andinos	Maíz morado	Huamanga (Tambillo), Huanta (Huanta)	Sensible	Local / Nacional
	Hortícola	Ajo	Huamanga (Jesús Nazareno, Acocro)	Sensible	Regional
		Alcachofa	Huamanga (Acocro)	Diferenciado	Nacional
Pecuario	Crianza de camélidos	FibradeAlpaca	Lucanas (Chipao), Huamanga (Vinchos), Cangallo (Paras, Totos, Chuschi)	Diferenciado	Regional/inter-regional
Industrial comestible	Lácteos y derivados	Queso, Yogurt, mantequilla	Huamanga, Cangallo, Sucre, Pausa, Lucanas, Puquio, Cora Cora, Parinacochas, Huancasancos	Diferenciado	Local / Nacional
Forestal	Forestal	Tara	Huamanga, Huanta, Cangallo,	Sensible	Nacional/
Artesanías	Artesanías	Artesanía cerámica, textil	Huamanga, Quinua	Sensible	Nacional/ internacional

Fuente: Plan de Competitividad Regional 2013 – 2021.

¹² Información de la Zonificación Ecológica Económica – Ayacucho, 2012.

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS "INNOVACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS ORGANIZACIONES PRODUCTORAS DE QUINUA EN EL DISTRITO DE CHIARA", PRESENTADO POR LOS BACHILLERES TONY TINEO SHUANA Y JUAN MOISES SULCA NUÑEZ

En la ciudad de Ayacucho a las 11:30 horas del día 09 de febrero del 2023, en el salón de grados de la Facultad de ciencias económicas administrativas, contables, se reunieron los señores miembros del jurado calificador conformado por el Lic. Manuel Jesús Jaime Flores, Lic. Jorge Antonio Gübre, Molina y la Lic. Edith Berrucal Chillece, bajo la presidencia del Decano de la Facultad Prof. German Bermudez Valqui que en su representación encarga la junción como Presidente al Lic. Manuel Jesús Jaime Flores mediante el memorando N° 056-2023-FCE-DC-UNSH

se abre el acto académico en mérito a la Resolución Decanal N° 67-2023-UNSCH-FCESD-D de fecha 02 de febrero de 2023, para evaluar la tesis "Innovación y Responsabilidad Social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chuara".

Después el Presidente de la comisión evaluadora, invita a la secretaria docente Edith Paucar Ruiz a dar lectura a la Resolución Decanal N° 067-2023-UNSCH-FCESD-D, culminada con lo mismo el Presidente del acto académico invita a los bachilleros a la exposición de su informe de tesis por un lapso de tiempo 30 minutos.

Culminada la exposición el Presidente del acto académico solicita a los señores miembros a realizar las preguntas y repreguntas, iniciando con la Lic. Judith Zeroscal Chillece: ¿Con respecto a innovación y creatividad qué es y diferencia? ¿Cómo se da el proceso de innovación en el sector agrícola? ¿Cómo se da la innovación con los productores con el tema del cambio climático? ¿La Responsabilidad Social que significa? ¿La RSE es lo mismo que sostenibilidad y sustentabilidad? ¿Cuál es el motivo que hay detrás de esta investigación? ¿Por qué no hicieron una investigación descriptiva correlacional? ¿En la muestra no tiene autor metodológico. Han logrado los objetivos propuestos en la investigación? ¿Cuál es el aporte de su trabajo de investigación? Continúa el Lic. Jorge Antonio Galvez Molina: ¿Dónde están los datos secundarios? ¿Por qué estudiar innovación en un sector donde poco o nada se aplica? ¿Qué innovaciones hay en estas 4 dimensiones? ¿Las asociaciones practican RSE? ¿Qué utilidad tiene la edad de los miembros? ¿Qué utilidad tiene la edad de los representantes de la asociación? ¿Qué tiene la tabla 10? ¿Por qué no formar la asociación en cooperativa? ¿Cuál es el precio internacional de la quinua? Seguidamente el Lic. Manuel Jaime Flores prosigue con las preguntas: ¿Qué tiene que ver la edad sexo con el análisis de las variables? ¿Tabla 11 cargo en la organización? ¿Hacen recomendación respecto a la poca participación de mujeres? ¿Qué dice en la cuarta conclusión? ¿Tecnologías de riego, cuáles son los sistemas de riego? ¿En qué utilizarían Spearman? ¿Tiene tabla de distribución normal?



Concluida las preguntas y reproreguntas el Presidente invita a los asistentes y al público presente a dejar la sala a fin de que los jurados puedan deliberar, obteniendo los siguientes resultados:

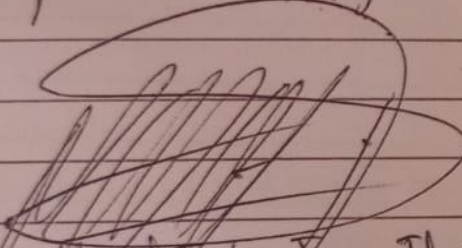
Jurado 1 : 13

Jurado 2 : 14

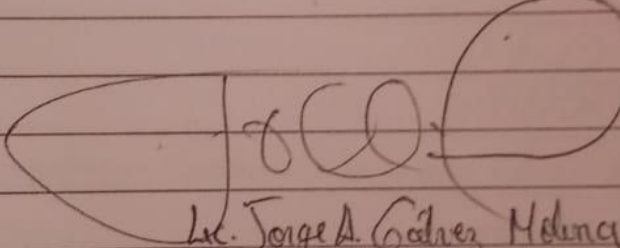
Jurado 3 : 14

Promedio Final 14 (Catorce) Aprobado por unanimidad

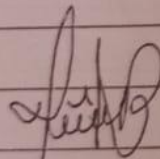
Siendo las 13:40 horas del mismo día, se concluye con el acto académico y en fe de lo actuado, firman al pie del documento:



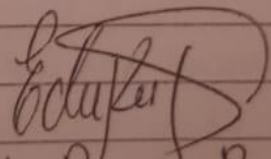
Lic. Manuel Jesús Sauro Flores
Presidente (e)



Lic. Jorge A. Gómez Molina
Miembro jurado



Lic. Judith Berrocal Challeco
Miembro jurado



Lic. Edith Paucar Ruiz
Secretaria docente



UNSCH

FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

DECANATO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD CON DEPÓSITO

No 012/23-EPAE/FCEAC/UNSCH

1. Apellidos y nombres de investigadores: **Bach. Tony Tineo Cahuana**
Bach. Juan Moisés Sulca Núñez
2. Escuela Profesional/Unidad de investigación: Administración de Empresas
3. Facultad: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
4. Tipo de trabajo académico evaluado: Borrador de tesis
5. Título del trabajo académico: **Innovación y responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara.**
6. Software de similitud: TURNITIN
7. Fecha de recepción: 15 de marzo 2023
8. Fecha de evaluación: 21 de marzo 2023
9. Evaluación de originalidad.

Porcentaje de similitud	Resultado
*20%	** APROBADO

*Consignar el porcentaje de similitud

Consignar **APROBADO si se encuentra dentro del rango de porcentaje establecido, Subsanan las observaciones o **DESAPROBADO** si excede el porcentaje permisible de similitud.

Ayacucho, 21 de marzo de 2023



Eusterio ORÉ GUTIÉRREZ
Docente-instructor

Innovación y responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara

por Tony Y Juan Moisés - Tineo Cahuana Y Sulca Núñez

Fecha de entrega: 21-mar-2023 09:25a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2042678883
Nombre del archivo: PARA_TURNITIN-_TONY_Y_MOIS_S.pdf (34.65M)
Total de palabras: 30803
Total de caracteres: 171180

Innovación y responsabilidad social empresarial de las organizaciones productoras de quinua en el distrito de Chiara

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	5%
2	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	5%
3	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1%
7	www.milejemplos.com Fuente de Internet	<1%
8	tesis.pucp.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1%

9	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	boletines.exportemos.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
13	www.elsevier.es Fuente de Internet	<1 %
14	www.comunicare.es Fuente de Internet	<1 %
15	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	1library.co Fuente de Internet	<1 %
17	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.promperu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
21	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	www.sierraexportadora.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
23	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
24	cusco.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
25	portal.regioncajamarca.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.udaff.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
29	www.congreso.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
30	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
31	remineo.org Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to Universidad de Medellín, UDEM	

	Trabajo del estudiante	<1 %
33	plataforma.responsable.net Fuente de Internet	<1 %
34	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
35	Yesid A. Meneses-Quinto, Yeimme Barrero Sarrias, Fraidelly Ramírez, Jarrinson Alejandro Jiménez Fajardo. "Responsabilidad social empresarial y su contribución a la biodiversidad en el Caquetá", Orinoquia, 2021 Publicación	<1 %
36	docs.google.com Fuente de Internet	<1 %
37	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %
38	tesis.ipn.mx Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 30 words

Excluir bibliografía

Activo