

La Cadena de Valor y su Impacto en la Mejora en el Sistema de Comercialización de Plátano Maleño al 2021

Eduardo Ruiz Sevillano¹

eruiz1955es@yahoo.com

Universidad Nacional Federico Villarreal

Escuela Universitaria de Post Grado

Lima – Perú

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue realizar un análisis para determinar como la cadena de valor impacta en el sistema de comercialización del plátano Maleño, para lo cual analizamos las actividades primarias y las actividades de soporte, del sistema de comercialización del plátano. Se utilizó un método descriptivo realizando un análisis de información de fuentes secundarias en documentos físicos y documentos virtuales disponibles en la web, para estimar parámetros en la población de estudio a partir de una muestra. La técnica de investigación que se empleó en el estudio fue la encuesta y el instrumento utilizado el cuestionario, los datos se recolectaron en un solo momento y tiempo único, de manera natural. También, el estudio asume como uno de sus propósitos es proceder un proyecto de competitividad de la cadena del plátano en Mala, asimismo se realizó una investigación transeccional descriptiva, no experimental porque no se pueden manipular las variables, una investigación actual de la cadena de valor del plátano con los principales presentadores. Concluyendo que la profundización de la cadena de valor podría mejorar todos los componentes de la producción del plátano, ello parte de una necesidad de una mayor asociatividad y permiten una oferta con mayor poder de negociación para poder obtener una mayor rentabilidad sostenible corto y mediano plazo. La cadena de valor impactará en el sistema de mercadeo del plátano maleño al 2022 en la que destaca su integración, ello en razón de que el punto central en la gestión agrícola son los mercados imperfectos, el precio como tasador del mercado favorece su rentabilidad y cambia generalmente en contra del eslabón principal el producto que es precio en chacra. Se suma a ello los intermediarios que son varios y la percibibilidad del producto, aquí destaca el marketing agropecuario, conocido como agricultura de marketing y se centra en el papel de las instituciones que operan en todos los mercados agrícolas para un abastecimiento estratégico y son el Ministerio de Agricultura, el Gobierno Local y Regional.

Palabras clave: *plátano maleño; cadena de valor; producción; mercado agrícola.*

¹ Autor principal

Correspondencia: eruiz1955es@yahoo.com

The Value Chain and its Impact on the Improvement in the Marketing System of Plátano Maleño by 2021

ABSTRACT

The main objective of this research was to carry out an analysis to determine how the value chain impacts the Maleño banana marketing system, for which we analyzed the primary activities and support activities of the banana marketing system. A descriptive method was used, carrying out an analysis of information from secondary sources in physical documents and virtual documents available on the web, to estimate parameters in the study population from a sample. The research technique that was used in the study was the survey and the instrument used was the questionnaire, which through properly formulated questions concurred in being applied to the individuals subject of investigation, the data was collected in a single moment and single time, Natural way Also, the study assumes as one of its purposes is to carry out a project of competitiveness of the banana chain in Mala, likewise a descriptive, non-experimental, cross-sectional investigation was carried out because the variables cannot be maneuvered, a current investigation of the value chain of the banana with the main presenters. Concluding that the deepening of the value chain could improve all the components of banana production, this stems from a need for greater associativity and allows an offer with greater bargaining power in order to obtain greater sustainable profitability in the short and medium term. Likewise, as the value chain will impact the marketing system of the Maleño plantain by 2022, in which its integration stands out, this is due to the fact that the central point in agricultural management are imperfect markets, the price as a market appraiser favors its profitability and the product that is priced in farms generally changes against the main link. Added to this are the intermediaries that are various and the perishability of the product, here agricultural marketing stands out, known as marketing agriculture and focuses on the role of the institutions that operate in all agricultural markets for strategic supply and are the Ministry of Agriculture, the Local Government and the Regional Government, however, given the breadth of agricultural producers (30) it is impossible to support the entire production chain, rather the main actors are supported in consultancies in areas of production and commercialization mainly, to avoid process disruptions.

Keywords: *maleño banana; value chain; production; agricultural market.*

Artículo recibido 30 julio 2023

Aceptado para publicación: 30 agosto 2023

INTRODUCCIÓN

Uno de los productos con mayores aplicaciones alimenticias y gastronómicas es el plátano. El estudio en su exégesis central es estudiar la cadena de valor que influye en la comercialización uno de los puntos más críticos en las condiciones de los productos agrícolas en general.

En el Perú coexisten numerosos sembrados ancestrales, expresándole que cultivan una siembra popular o natural, los mismo existen encaminados solo a la utilización interna, lo cual delimita su cambio en el área agrícola y traslada como resultado que el beneficio para este sector sea insuficiente o revocado, es por esto que los horizontes de pobreza en las zonas rurales no se restringen sin contar que tenemos grandes extensiones de campos. También de esto corresponde recalcar que no se valora la extensión de localizar y perfeccionar problemas que aquejan las cosechas como son; plagas, enfermedades y/o fenómenos naturales, lo cual limita mucho más a esta área.

La agricultura en el Perú actualmente no está rindiendo al máximo los recursos naturales que tiene, por lo que es significativo que se capitalice en ciencias y tecnificación para lograr el progreso de este sector. Nuestra nación es uno de los territorios más afectados por la mutabilidad climática a nivel global. Con un 70% de la demografía nacional residentes en la costa, somos una colectividad que afronta una complicación grave de estrés hídrico, con horizontes perturbadores en Ica, Moquegua, Tacna, partes de Arequipa, en la Región de Lima, provincia de Cañete, distrito de Mala, no es la particularidad y es uno de los impedimentos a la oferta y productividad del cultivo como a la residencia de la zona.

El plátano es un cultivo representativo, demanda un abastecimiento de agua profusa y habitual; el déficit de agua predispone en representación negativa sobre la ampliación y la utilidad del cultivo. La etapa de creación y la inicial fase del período vegetativo establecen el previsible de desarrollo y de rendimiento; siendo esencial durante este momento un suministro conveniente de agua y calificado de nutrientes. Las plantas de plátanos y bananos que buena porción de su ciclo vegetativo han estado dominadas a prolongados períodos de seca se afectan orgánicamente con un palmario impacto en puntos entre los que se destacan, una demostrativa baja de la actividad fotosintética, la conductancia y en pequeña medida el nivel de humedad, ello es la percusión del

estrés hídrico en el movimiento fotosintético, la conductancia y medida transpiración. En la tabla 01 se puede observar su Composición química.

Tabla 1.

Composición química del fruto del clon Hartón

Composición química del fruto del clon Hartón (cifras en porcentajes)		
Elemento	Hartón Verde	Hartón Maduro
Almidón	23.31	3.4
Celulosa	11.12	1.33
Sacarosa	----	0.22
Glucosa	2.05	30.06
Dextrinas	1.1	1.01
Gomas	0.3	5.7
Grasas	0.02	0.0
Taninos	0.03	0.02
Proteínas	1.8	2.2
Cenizas	0.83	0.85
Agua	62.35	69.00

Fuente: Rincón O. El plátano y su cultivo. Medellín, Colombia (1979)

Por lo mostrado, la propuesta de investigación tiene como fin efectuar un razonamiento de cada uno de los actores de la cadena de valor del plátano, donde el aporte será dar una propuesta para indagar recursos a los problemas actuales concernientes con la producción y comercialización de este labrantío de gran valor local, regional y nacional. Derivado de ello es la investigación busca resolver el siguiente problema ¿Cómo la cadena de valor impacta en el sistema de comercialización del plátano maleño al 2021?

Es importante abordar el problema, considerando que las metodologías manejadas son aún suficiente artesanales, es decir, la agricultura en Mala continúa existiendo tradicional, ya que las disposiciones son tomadas por los agricultores en razón a su práctica, esto no es suficiente, porque a pesar de su vasta experiencia, podrían llegar a resultados desfavorables. En el caso del cultivo de plátano el denominado Maleño, si bien es cierto hay producción estacional pero no hay una

fuerte dinámica comercial, gran producción a escala hacia el mercado objetivo que, es Lima Metropolitana y generar una cadena de valor competitiva.

La indagación se evidencia, ya que accederá describir los procesos que determinan la cadena de valor del plátano como son: la producción, y comercialización; asimismo de aspectos que perpetuamente se han descuidado de lado y que no se entraron en cuenta para renovar la cadena de valor de este labrantío. Por el lado de la producción, la centralización del producto, incrementos de los rendimientos productivos y baja de precios del producto, descreimiento en la renta por unidad de producción, y por el lado de la demanda el acrecentamiento de la intervención de la gran distribución por menor y el establecimiento de compañías industriales procesadoras de plátano. También, el fortalecimiento de lo aludido podría crear dinámicas metamorfosis efectivas en el sector platanero ejecutando un cambio de orientación desde una razón de la oferta a una dirección desde la demanda. Coexiste cuantiosa exploración sobre los procesos aplicados a la obtención de plátano, es poco habitual localizar publicaciones que practiquen una exploración integral de toda la cadena de valor, desde la oferta hasta el consumo. Por consiguiente, la actual investigación se expresa llevar un avance de la misma con una visión global, examinando, las correspondencias causales de las cuestiones a detectarse a lo largo de toda la cadena de valor del plátano en forma fresco.

La agricultura es el sector extractivo que provee de muchos recursos a la humanidad para su supervivencia alimenticia y desarrollo de agroindustria genera empresas en todos los continentes, ello se ha dado en toda la existencia de la humanidad. A disposición que una nación que involuciona económicamente, la trascendencia relativa de la agronomía se reduce. El raciocinio básico de esto fue aclarado por el estadístico alemán Ernst Engel en la segunda mitad del siglo XIX (Bula, 2020). Engel divulgó que a medida que incrementan los ingresos, la conformidad del ingreso gastado en alimentos disminuye. La argumentación parece legítima. Una vez compensadas las necesidades básicas alimenticias, en el sector agrícola acontece este postulado, pero con los fenómenos que está pasando la humanidad en los últimos 22 años, sin la intensificación y extensión de la agricultura la humanidad, no puede ni podrá sobrevivir en la coyuntura y prospectiva del mundo.

Asimismo, el sector extractivo de un país favorece al proceso de desarrollo económico de la humanidad por medio de distintas vías de influencia, se distingue más y otros menos, que hay cinco vías de influencia de esta área la sociedad como es: El crecimiento del sector agrario como sustento de los demás sectores de la economía -encadenamiento, Prestaciones de factores productivos del sector rural hacia los demás sectores, Contribución del sector agrario a la disminución de la pobreza- empleo ingreso, El sector rural como fuente de mercado interno dado que la mayoría de su producción se destina al mercado interno y el sector agroexportador como fuente de divisas para un país. (Bula, 2020)

La cadena de valor es una categoría de análisis. La concepción de cadenas productivas aparece por primera vez en Francia y es perfeccionado por Gereffi (1999), subsiguientemente es intensificado en el sistema de Porter (1991) en su obra, “La Ventaja Competitiva de las Naciones”, con el propósito de reconocer las comparaciones que existen entre los diversos actores y consecutivamente agruparlos para analizar la situación de cada eslabón y componerlos en una cadena.

Por su parte Gereffi (1999) concreta a la cadena productiva como un vinculado de actividades que envuelven desde la oferta primaria de bienes intermedios hasta el mercadeo de un fruto en específico, existiendo compendios críticos de la cadena los mediadores que se embuten entre cada eslabón. Consolidándose en esa concepción, Bair y Dussel-Peters (2006) aluden que las cadenas productivas completan a las industrias desde la oferta primordial hasta la comercialización, la cual alcanza a ser local o internacional, ya que los convenios universales han sido un factor que ha reforzado al establecimiento de cadenas globales en las áreas productoras de los países.

En ese contexto, Giuliani et al., (2005) construyen que los efectos de la globalización con las habilidades de tipo neoliberal y los progresos en informática han derivado cambios en los sistemas productivos, en los conductos de distribución y los mercados bancarios, para las firmas pequeñas de los países en desarrollo la intervención en las cadenas globales es una vía para obtener averiguación sobre las insuficiencias y el modo para ganar acceso a nacientes mercados.

Según Fernando L. (2002), en su exposición denominada “Análisis de la cadena de valor del sistema de producción-comercialización de papa para consumo fresco”. Aconseja estrategias de

refuerzo de la capacidad del sector. El estudio se reporta a promontorio conservando como enfoque conceptual el diagnóstico de la cadena emplazado por el sistema, con una visión ponderativa de la demanda. Se expone asimilar las articulaciones entre los diferentes eslabones que acomodan la demanda, apreciando la realización relativa, para poder precisar precedencias y estrategias de acción convenidas entre los agentes. La metodología manejada es la propuesta por el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura), en su “Métodos de Investigación de Sistemas de Productos Básicos”.

En el proceso de la exposición, en originaria instancia se estudia la producción primaria de papa (territorios de oferta, evolución histórica de la producción y utilidades, diversidades y épocas de producción), a persistencia, se comunica sobre los rumbos de la papa rentada, exponiendo el consumo en fresco, en número para el mercado interno como para el exterior, la oferta de papa semilla y el contexto de la industrialización del producto. Posteriormente se especifica el planteo tecnológico de la oferta de papa, individualmente en el sudeste de Buenos Aires. Consecutivamente se analiza cada uno de los primordiales actores en la cadena de valor y las correspondencias que se disponen entre ellos. Este modelo puede ser aplicado al plátano.

Según Belalcazar (1991) en su estudio de investigación titulada “Metodología de Investigación de Sistemas de Productos Básicos”. Empleándose las técnicas que se manejó es la propuesta elaborada por el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). En abril de 1989, el Plan de exploración empleó la metodología al caso del jengibre en Nepal (China).

Asimismo, se han avanzado cadenas de valor de diversos productos agrarios manejando esta metodología. En este compromiso se relata que la utilización de esta metodología admite una valoración rápida y disertación intenso de casos, la MECA alcanzará al beneficiario los siguientes resultados: Una descripción de la cadena agro-alimenticia de interés, identificando los principales componentes del proceso (preproducción, producción, cosecha, poscosecha y mercadeo) del sistema, los primordiales participantes y sus relativos papeles; igualmente la caracterización de los contrariedades principales dentro de cada dispositivo del sistema y sus correspondencias de causa; caracterización de posibles soluciones a los problemas y su orden de importancia; una base conveniente de datos para reconocer ideas de proyectos y alistar los perfiles de proyecto.

Así que mediante el uso de la MECA se conseguirá disponer y esquematizar la cadena de valor del plátano hartón. Raíz del plátano, el germen de la *Musa paradisiaca* (plátano “macho” para cocción) asume su origen en Asia Meridional, existiendo celebrada en el Mediterráneo desde el año 650. La diversidad llegó a Canarias en el siglo XV y comenzando en allí fue transportada a América en el año 1516. La labranza comercial se entabla en Canarias a últimos del siglo XIX e iniciaciones del siglo XX (Simmonds, N. W. & K. Shepherd, 1955).

En un mundo post pandemia Covid-19, donde la crisis epidemiológica del Sarc 2 ha afectado la cadena de eslabonamiento de la agricultura y los sistemas de producción y suministro impactando en la alimentación y nutrición normal de la población. Y las repercusiones de la pandemia del Covid 19 ha afectado a la estructura productiva a los diversos sistemas alimentarios y el abastecimiento hacia los mercados internos, sobre todo con bienes agrícolas frutícolas con gran ingesta en nutrientes para estimular el sistema inmunológico. Debemos estudiar y analizar la cadena de valor del sistema de comercialización del plátano maleño, considerando que pertenece al subsector de frutas y tenemos que uno de los productos que más abundan en las tres regiones del mundo son los bananos (denominados plátanos en nuestro país), es un fruto y es el cuarto comestible más importante en la tierra luego del arroz, trigo y leche (García, 2017,3).

Es cierto que el desarrollo de la agricultura es diferente según la zona o el país. Empero, a cada horizonte o estadio del desarrollo pertenece un tipo de comercialización de la oferta agraria, cuyas peculiaridades pueden variar acentuadamente entre sí (Coscia, 1995).

Se diferencian tres horizontes de desarrollo agropecuario:

- a) Agricultura tradicional o de subsistencia; prevalecen son la escasez de comestibles y el propósito ofertar más.
- b) Agricultura de transición; las necesidades fundamentales están cubiertas y respectivo papel de los actores es que el asesoramiento y el objetivo se centra en atender a una alimentación más equilibrada y dar extraordinaria calidad a los remanentes comerciales, que es el caso de los agricultores de Plátano del Valle de Mala.y
- c) Agricultura desarrollada o de mercado, agroexportación consolidada con calidad y mucha inversión.

Igualmente, la responsabilidad social empresarial se fundamenta en que se profundice la cadena de valor y de producción, comercialización del plátano. Aquí tenemos que evaluar que la cadena productiva se mantenga sostenida anualmente y dentro del ciclo del producto.

Los stakeholder dentro del proceso de la cadena de valor tenemos a los siguientes:

- a) Los agricultores-productores de la zona
- b) Los proveedores de insumos agrícolas y fertilizantes
- c) El agua que corresponde al Estado, el valle de Mala tiene un problema de estrés hídrico y la cercanía al distrito Asia (que pertenece a la Provincia de Cañete) absorbe mucho las aguas del distrito y si bien es cierto hay aguas subterráneas, a veces no hay fluidez del agua, impactando en la economía agrícola y en la economía de la zona en general. (Municipalidad Distrital de Mala, 2018)
- d) Los acopiadores o bróker que son los inmediatos que se orientan a la compra inmediata de recurso frutícola que son aquellos que se ubican ex ante de la producción o sea precosecha. Su labor es fundamental en el ciclo de vida del recurso.
- e) Los mayoristas que en adquieren del bróker y que son importantes en la cadena de producción dado que por su estructura y diseño de investigación pueden operar la distribución del recurso en toda los minoristas y compradores del bien.
- f) Los consumidores que son los principales actores dentro del proceso de cadena de valor y que deben recibir un buen producto de gran valor nutritivo y con muchas aplicaciones gastronómicas.

La investigación tiene como hipótesis demostrar que : La cadena de valor impacta favorablemente en el sistema de comercialización del plátano en el distrito de Mala al 2022. Y tiene como objetivo: Determinar cómo la cadena de valor, impacta en el sistema de comercialización del plátano Maleño al 2021.

METODOLOGÍA

Se utilizó un método descriptivo realizando un análisis de información de fuentes secundarias en documentos físicos y documentos virtuales disponibles en la web, para estimar parámetros en la población de estudio a partir de una muestra.

El enfoque de la investigación es cualitativo y cuantitativo (cuasicuántativo), por esta causa no es obligatorio realizar una investigación experimental porque no se puede manipular variables. También, el estudio asume como uno de sus propósitos es proceder un proyecto de competitividad de la cadena del plátano en Mala, el estudio no procura manipular las variables para analizar las consecuencias de esta acción. El estudio se efectuó de manera natural, o sea prestar atención las variables en su forma y contexto ambiental.

Se realizó una investigación transeccional descriptivo, no experimental porque no se pueden maniobrar las variables, una investigación actual de la cadena de valor del plátano con los principales presentadores, los datos se recolectaron en un solo momento y tiempo único. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Se efectuó en el Distrito de Mala Provincia de Cañete Región Lima, todos los productores plataneros de dicha zona, centros de acopio, mercados mayoristas de Mala (Las Flores) y el de Lima (Mercado Túpac Amará), actores de soporte que prometen áreas de asesoramiento técnico a los agricultores y productores. Ello con la intención de recolectar la información necesaria de la mayoría de los agentes. En general hay 20 productores de plátano en el distrito y un mercado mayorista en la zona de estudio y en uno en Lima y cerca de diez intermediarios y cinco asesores privados y públicos de acuerdo a la temática en total 37. La muestra tiene un muestreo tipo no probabilístico y por el estudio sería por conveniencia (Hernández, 2014) por tratarse el estudio y por productores se escoge al total de productores de plátano por ser la población principal en el proceso de estudio llegando a 20.

Asimismo, analizamos las siguientes variables a estudiar:

Principal:

- **Variable Dependiente :** Produccion y Comercializacion.
- **Variable Independiente :** Cadena de Valor

Específicos:

- **Variable Dependiente:** Producción y Comercializacion
- **Variable Independiente:** Competitividad
- **Variable Dependiente:** Hidrología y Gestion

- **Variable Independiente:** Competitividad
- **Variable Dependiente:** Estrategias Precio, Estrategias Calidad, Estrategias Sanitarias y Estrategias *Producto*
- **Variable Independiente:** Competitividad

La técnica de investigación que se empleó en el estudio fue la encuesta y el instrumento utilizado el cuestionario, la cual por medio de preguntas convenientemente formuladas concurren en aplicarse a los individuos materia de investigación; en razón, a los productores del recurso y otros actores de la cadena de valor. El cuestionario fue tipo no estructurado y diseñado en preguntas unos para la variable independiente y otros para la dependiente, áreas secciones, datos generales (sexo, edad y grado de instrucción) luego las indicaciones para el llenado del formulario y finalmente las preguntas relacionadas a la cadena de valor del plátano maleño.

Se planificó la validez del instrumento, y se procedió a la estandarización del cuestionario programando la fecha y hora de la prueba piloto, la recolección de datos se realizó a la muestra determinada y el procedimiento fue ordenado y secuencial. La compilación de los datos se codificará en Microsoft Excel para poder procesarla de acuerdo al diseño del cuestionario. Las fichas fueron encausadas de acuerdo al software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25.0, utilizando estadísticas descriptivas, de frecuencia y porcentajes, media y desviación estándar, habiendo mostrados con gráficos y tablas de frecuencia para representar las derivaciones de las operaciones de las variables cualitativas y cuantitativas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados expusieron que la superioridad de los agricultores realiza su actividad en forma independiente en un 75% y solo un 25% realizan otros tipos de actividades.

El 75% de los productores se dedican al cultivo de fruta por tradición y el 25% de los productores de Mala se dedican al cultivo de fruta por que la tierra es adecuada.

El 50% considera que es adecuado el costo de insumos agrícolas para la siembra, un 35% considera que es malo el costo de insumos agrícolas para la producción y un 15% considera que es muy malo el costo de insumos agrícolas para la producción.

El 40% de los productores utilizan como canales de comercialización a intermediarios y a Mayoristas, sólo un 20% utiliza como canal de comercialización a los Supermercados.

El nivel de venta promedio anual es del 50% que comprende de 5,000 a 6,000 kilos, un 35% tiene un nivel promedio de venta de 6,000 a 7,000 kilos y un 15% tiene su nivel de venta anual con más de 7,000 kilos.

El 50% de los productores tiene 3 canales de comercialización, un 35% tiene 4 canales de comercialización y solo un 15% tiene 5 canales de comercialización.

El 40% señala que la institución que recibe significativo apoyo para la siembra de plátano es el MINAG.

El 40% considera que el principal obstáculo que afecta a la cadena de valor del plátano es el estrés hídrico, y un 20% considera que el principal obstáculo que afecta a la cadena de valor del plátano serían los precios variados, la falta de apoyo del Estado y otros.

Como el factor Rho de Spearman es 0.480 y de acuerdo con la escala de valores del coeficiente de correlación, existe una correspondencia positiva moderada, asimismo el nivel de significación es menor que 0,05, esto muestra que, si existe relación entre las variables, luego podemos concluir que la Cadena de Valor impacta favorablemente en el sistema de comercialización del plátano en el Distrito de Mala al 2021. Ver la tabla 02

Tabla 2.

Análisis de correlación de la hipótesis general

Correlaciones				
		Cadena de valor	Sistema de comercialización	
Rho de Spearman	Cadena de valor	Coefficiente de correlación	1,000	,480**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	20	20
	Sistema de comercialización	Coefficiente de correlación	,480**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	20	20

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

Los análisis de correlación de Sistema de Comercialización con respecto al Marketing, Logista Externa, Producción, Logística Interna, Compras y Tecnología, presentan factor Rho de Spearman de 0.495, de 0.510, de 0.660, de 0,474, de 0,523 y de 0,453 respectivamente y con el ajuste a la escala de valores del coeficiente de correlación de valoración de la correlación de Spearman, concurre una correlación efectiva ponderada, al mismo tiempo el nivel de significación es menor que 0,05, esto denuncia que si existe relación entre las variables, posteriormente concedemos ultimar que el Marketing Logista Externa, Producción, Logística Interna, Compras y Tecnología impacta favorablemente en la mejora del sistema de comercialización del plátano en el Distrito de Mala al 2022. Lo que significa que hay una relación y asociación buena entre las variables en estudio

Lo cual podemos apreciar en las siguientes tablas:

Tabla 3. *Análisis de correlación de la hipótesis específica 1*

Correlaciones			Sistema de comercialización	Marketing
Rho de Spearman	Sistema de comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,495**
		Sig. (bilateral)	.	,011
		N	20	20
	Marketing	Coeficiente de correlación	,495**	1,000
		Sig. (bilateral)	,011	.
		N	20	20

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

Tabla 1. *Análisis de correlación de la hipótesis específica 2*

Correlaciones			Sistema de comercialización	Logistica externa
Rho de Spearman	Sistema de comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,510**
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	20	20
	Logistica externa	Coeficiente de correlación	,510**	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	20	20

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

Tabla 5. *Análisis de correlación de la hipótesis específica 3*

Correlaciones			Sistema de comercialización	Producción
Rho de	Sistema de comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,660**
		Sig. (bilateral)	.	,027
		N	20	20
Spearman	Producción	Coeficiente de correlación	,660**	1,000
		Sig. (bilateral)	,027	.
		N	20	20

**.

Tabla 6. *Análisis de correlación de la hipótesis específica 4*

Correlaciones			Sistema de comercialización	Logística interna
Rho de	Sistema de comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,474**
		Sig. (bilateral)	.	,043
		N	20	20
Spearman	Logística interna	Coeficiente de correlación	,474**	1,000
		Sig. (bilateral)	,043	.
		N	20	20

**.

Tabla 7. *Análisis de correlación de la hipótesis específica 5*

Correlaciones			Sistema de comercialización	Las compras
Rho de	Sistema de comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,523**
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	20	20
Spearman	Las compras	Coeficiente de correlación	,523**	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	20	20

**.

Tabla 8. *Análisis de correlación de la hipótesis específica 6*

Correlaciones			Sistema de comercialización	La tecnología
Rho de	Sistema De Comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,523**
		Sig. (bilateral)	.	,012
		N	20	20
Spearman	La Tecnología	Coeficiente de correlación	,453**	1,000
		Sig. (bilateral)	,012	.
		N	20	20

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

CONCLUSIONES

La importancia y preponderancia del sector agrícola es muy relevante en la economía nacional por ser un proveedor de bienes y materias primas para la alimentación y el mercado internacional dado que exportamos. Actualmente no se ha planificado un conjunto de políticas coherentes y complementarias con otros sectores, es decir no se ha eslabonado bien las relaciones intersectoriales por lo se presenta escasez de insumos y afectando el ciclo del producto y negocio. La pandemia Covid 19 ha repercutido en la salud, economía y sociedad local y mundial y unos de los medios que nos sirve mucho es la nutrición y alimentación adecuada para el sistema inmunológico de las personas, así el consumo de frutas y verduras destacando el banano que contiene muchas proteínas como nutrientes.

Siendo el Perú un ofertante entre los diez principales productores de Plátano del mundo siendo nuestra diversificación productiva intensa es este tipo de cultivo, siendo la producción actual de 3,017 millones de toneladas con 2,66 Millones de Hectáreas. Se presentan varias tipologías de plátano como el bellaco (Hartón), también hay Bizcochito (plátano de Oro), Isla (Calidad Extraordinaria), el otro tipo manzano, el Palillo, y el más diferenciado el de Seda (Guayaquil), en promedio su cosecha demora de 11 a 18 meses, su forma de cosecha es en racimos con un promedio de 10 Kg. En promedio son tamaño grande, trayendo racimos de promedio de 10 Kg. En la Región Lima se ubica una de las áreas agrícolas del país, que es el Distrito de Mala en la provincia de Cañete.

Perú mantiene un octavo lugar en oferta de plátano a nivel mundial y se puede incrementar sus hectáreas sobre todo en las zonas costeras y en la selva, para la cual debemos aplicar mecanismos estratégicos para poder generar mayor valor a la cadena de producción, personificado en la cadena de valor, en donde se complementan las actividades primarias y secundarias, que impulsan el marketing agropecuario (ventas y canales de venta), logística de entrada (acopio de insumos, abonos, fertilizantes) y que debe ser en tiempo real como la optimización de la logística de salida (almacenamiento, distribución y comercialización) que debe ajustarse al ciclo del producto y del mercado.

Seguir diversificando la amplitud del producto en sus diferentes tipos pero el plátano maleño es uno de los mejores y se requiere intensificar su productividad en cuanto a su oferta en cuanto a la parámetros de la Ley N° 29337, que establece la aplicación de la competencia productiva para intensificar la cadena productiva, siendo el Distrito de Mala y recae la organización de la oferta en base a los 30 productores de Mala y otorgar beneficios a todos los agentes de la cadena sobre todo a los productores.

Como producto y mercadeo agrícola hace necesario mucha planificación siendo factores exógenos el precio que depende mucho del mercado y la comercialización y del factor tiempo o dinámica, por ello se requiere una articulación de la cadena pre, cosecha y postcosecha, para su optimización en todas las etapas de producción del plátano y su destino final como es el Mercado de Lima Metropolitana, debe proyectar las condiciones del mercado dado que es perecible el producto y hay importaciones del Ecuador.

La profundización de la Cadena de Valor podría mejorar todos los componentes de la producción del Plátano, ello parte de una necesidad de una mayor asociatividad y permiten una oferta con mayor poder de negociación para poder obtener una mayor rentabilidad sostenible corto y mediano plazo. Tratándose de una agricultura de transición que busca complementar excedentes comerciales y se cumpla las metas de la producción; pero sobre todo que beneficie al productor maleño.

El problema central es determinar como la cadena de valor impactará en el sistema de mercadeo del plátano maleño al 2022 en la que destaca su integración, ello en razón de que el punto central

en la gestión agrícola son los mercados imperfectos, el precio como tasador del mercado favorece su rentabilidad y cambia generalmente en contra del eslabón principal el producto que es precio en chacra. Se suma a ello los intermediarios que son varios y la perecibilidad del producto, aquí destaca el marketing agropecuario, conocido como agricultura de marketing y se centra en el papel de las instituciones que operan en todos los mercados agrícolas para un abastecimiento estratégico y son el Ministerio de Agricultura. El Gobierno Local y el Gobierno Regional, no obstante dada la amplitud de productores agrícolas (30) es imposible apoyar a toda la cadena productiva, más bien a los actores principales les apoyan en asesorías en áreas de producción y comercialización principalmente, para evitar desajustes del proceso.

Aquí se tiene que operar toda la capacidad procesal que desprenden el conjunto de interrelaciones existentes entre las actividades primarias y de apoyo de todo el proceso de cadena de valor sobre todo en la comercialización y el ajuste internamente de la cadena de comercialización como son los mayoristas e intermediarios siendo el área clave el mercado y la tasación de precios, como mercado agrícola se ha presentado y presentara desequilibrios por factores de especulación, de tiempo logístico atrasado, de falta de insumos como de materias primas (como en la actualidad), como la respectiva planificación que es la base de proceso o ciclo de pre, cosecha y postcosecha. Las correlaciones de asociación de las variables en estudio todos arrojan un indicador moderado que es promedio cercano a 0.50, lo que muestra que hay correspondencia sobre todo en el objetivo global, La cadena de valor impacta favorablemente en el sistema de comercialización del plátano en el distrito de mala al 2021.

LISTA DE REFERENCIAS

Acosta, A. (2006): Agro cadenas de valor y alianzas productivas: "Herramienta de apoyo a la agricultura familiar en el contexto de la globalización". Oficina regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile.

Agua Subterránea Mala. Revisado el 17 /01/2020. Disponible en file:///C:/Users/Kelly/Documents/fuente_agua_subterranea_mala_0_0.pdf

Bair, J., Dussel, P. (2006): Global commodity chains and endogenous growth: Export dynamism and development in Mexico and Honduras. *World Development*. 34:203 –

221.

Agencia de Noticias Agrarias. Revisado el 25 de Enero del 2020. Disponible en:
<http://agraria.pe/noticias/el-fino-platano-de-isla-maleno-uno-de-los-manjares-secretos-16702>

Banco Central de Reserva del Perú. (2012): Síntesis económica de Ucayali. Perú. 145 p.

Belalcázar, S. (1991): El cultivo del plátano (Musa AAB) en el trópico. Cali, Colombia. IICA. 376 pp.

Bula Alfredo (2020), Importancia de la Agricultura en el desarrollo. Rosario. Universidad Nacional de Rosario UNIR. Informes del Observatorio UNR N° 50. Puente Académico N° 16 – agosto de 2020. Recuperado de <https://observatorio.unr.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Importancia-de-la-agricultura-en-el-desarrollo-socio-econ%C3%B3mico.pdf>

Bouma, J. (2000): Value Chains: A Strategic Tool for the Canadian Agri-Food Sector, Toma & Bouma Management Consultants, Alberta presentation, Canada.

Briones G. (1995): “Métodos y técnicas de investigación”. Trillas 1995.

Caldentey, A.; Haro, G. (2004): Comercialización de productos agrícolas. CM. V Edición. Ed. Agrícola Española, S.A. Madrid. 354 pp. 24 p.

Cilloniz, F., Grozo, J., Riva, L. y Guzmán, A. (2003): Cadenas productivas y desarrollo empresarial. Banco Interamericano de Desarrollo. Foro Nacional sobre competitividad. Perú.

Erazo Berrú, M. A., Prado Carpio, E., Cervantes Álava, A., & Vite Cevallos, H. (2021). Análisis de regulación del precio de la caja de banano en Ecuador período 2015- 2020. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas, 4(S1), 210- 217. Recuperado: <file:///C:/Users/Pc/Downloads/429-1558-2-PB.pdf>

Fontagro. (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria). (2011). banano y plátano. Desarrollo y uso de bio productos para el manejo de nematodos y Sigatoka negra en plantaciones de plátano y banano. Turialba, Costa Rica. 37 p.

Fernández, L. (2002). Universidad de Belgrano Escuela de Economía y Negocios Internacionales.

Tesis para optar el grado académico de magister en Agronegocios. “Análisis de la cadena de valor del sistema de producción-comercialización de papa para consumo fresco. Propuesta de estrategias de fortalecimiento de la competitividad del sector”.112 p.

García Quiroz Carila Olivia (2019), “Competitividad del Banano Orgánico (Musa paradisiaca) en la Región Piura”. Lima. Universidad Agraria La Molina. Tesis de Posgrado.

Gobierno Regional de Ucayali Dirección Regional Sectorial Agricultura Ucayali (2012): Actualización del diagnóstico de la situación actual de la cadena productiva de plátano en Padre Abad. 27 p.

Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación México. Editorial McGraw-Hill. (5ta ed.).

El fino plátano de isla maleño uno de los manjares secretos (2017). En Revista de Municipalidad de Mala (2018), Informe Gerencial de Producción Agrícola. Mala.

Ministerio de Agricultura (2020), Cadena de Platanos. Bogota.Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. Marzo 2020. Revidado el 03 de Junio del 2022. Recuperado: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Platano/Documentos/2020-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Ciudad de México. México. McGraw-Hill.

Flores Goycochea Rafael (2018), Las mype, economía, negocios y finanzas en el Perú del siglo XXI. Lima. Editorial RFG. 1ra. Edición. ISBN 978 612 00 3967 0

Porter, M. (2015). *Estrategias Competitivas*. Ciudad de México. México. Patria

Sánchez, C. H, Reyes M. C., Mejia S. K. (2015). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica*. Lima. Vicerectorado de Investigación Universidad Ricardo Palma. Editorial Business Support Aneth s.r.l

Villajuana Juan (2005), Gestión Estratégica Integral. Lima. Editorial Unal. 1ra. Edición.