



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

Mercados itinerantes y su influencia en la gestión productiva agrícola
durante la pandemia, San Martín - 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Medina Rengifo, Augusto (ORCID: 0000-0002-4650-6408)

ASESOR:

Delgado Bardales, José Manuel (ORCID: 0000-0001-6574-2759)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y modernización del estado

TARAPOTO – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Leidis Tang Dávila, mi esposa, compañera y amiga, que siempre estaba pendiente de mis estudios y renegando a veces por no poderlo apoyar en los trabajos y proyectos que encaminamos juntos durante las clases y tareas asignadas en esta maestría.

Augusto

Agradecimiento

A todos los docentes que me permitieron fortalecer mi conocimiento y su nivel de confianza que mostraban cada uno de ellos.

A mi hijo Roy David Medina Tang, que siempre me apoyó durante esta carrera a pesar de su corta edad.

A la Universidad Cesar Vallejo, por su plana de docentes de una alta calidad y competitividad

El autor

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	11
3.3. Población (criterios de selección) muestra, muestreo y unidad de análisis	
12	
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	
13	
3.5. Procedimientos	16
3.6. Métodos de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN	22
VI. CONCLUSIONES.....	24
VII. RECOMENDACIONES.....	25
REFERENCIAS	26
ANEXOS	28

Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021.	18
Tabla 2. Nivel de la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021.	18
Tabla 3. Relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021....	19
Tabla 4. Estadísticas de regresión entre mercados itinerantes y gestión productiva agrícola.....	20
Tabla 5. Análisis de varianza entre los mercados itinerantes y la gestión productiva agrícola.	21

Índice de figuras

Figura 1. Diagrama de dispersión entre mercados itinerantes y gestión productiva agrícola.	20
---	----

Resumen

El presente trabajo tuvo como objetivo, determinar la influencia de los mercados itinerantes en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021. Corresponde a una investigación del tipo básica, de diseño no experimental descriptiva correlacional transversal, se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, la muestra estuvo conformada por 139 pobladores de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo. Como resultados se encontró que, el nivel de los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín fue regular en 48.7 %. El nivel de la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín fue eficiente en 61.3 %. El gobierno, producto y la población se relacionan de manera positiva considerable con la gestión productiva agrícola durante la pandemia en San Martín tras hallar un coeficiente de Pearson (0.748, 0.729 y 0.799) respectivamente. Se concluye que, los mercados itinerantes influyen significativamente en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021, y un nivel de significancia igual a 0.000 menor al margen de error 0.05 entre los mercados itinerantes y la gestión productiva agrícola.

Palabras clave: Mercados itinerantes, gestión productiva agrícola, influencia.

Abstract

The objective of this work was to determine the influence of itinerant markets on agricultural production management during the pandemic in the San Martín region, 2021. It corresponds to a basic type investigation, of a non-experimental descriptive cross-sectional correlational design, the technique was used from the survey and the questionnaire as an instrument, the sample was made up of 139 residents of Tarapoto, Morales and the Shilcayo Band. As a result, it was found that the level of itinerant markets during the pandemic in the San Martín region was regular at 48.7%. The level of agricultural production management during the pandemic in the San Martín region was efficient at 61.3%. Government, product and population are significantly positively related to agricultural production management during the pandemic in San Martín after finding a Pearson coefficient (0.748, 0.729 and 0.799) respectively. It is concluded that itinerant markets significantly influence agricultural production management during the pandemic in the San Martín region, 2021, and a level of significance equal to 0.000 less than the 0.05 margin of error between itinerant markets and agricultural productive management.

Keywords: Itinerant markets, agricultural production management, influence.

I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo al comunicado emitido por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] et al. (2020) la pandemia está afectando a los sistemas alimentarios mundiales, perturbando las cadenas de valor agrícolas en el mundo entero y presentando riesgos para la seguridad alimentaria de los hogares, asimismo la pandemia de COVID-19 ha creado una mayor conciencia sobre la seguridad alimentaria entre los productores, las empresas, los gobiernos y los consumidores. En el mundo la FAO alienta a los países a mantenerse al día y a adaptar sus planes de respuesta a las consecuencias de la pandemia, a medida que se van conociendo mejor; lo que es crucial es anticipar los efectos de la COVID-19 en la agricultura, la seguridad alimentaria y la vida de las mujeres y los niños vulnerables, garantizar el mantenimiento de los sistemas alimentarios y las cadenas de suministro de alimentos es una de las medidas más importantes que deben llevarse a cabo a nivel mundial (Coumba, 2020).

En ese marco, la FAO (2020), indica, que nos encontramos en una nueva era en la que la tecnología moderna puede cambiarnos la vida, puede acercarnos, aunque estemos más apartados físicamente, puede ofrecer acceso a nuevos mercados y facilitar el comercio; puede entregar en mano información vital a un agricultor y puede ayudar a poner fin al hambre y mejorar la vida de maneras que el mundo apenas empieza a descubrir. Asimismo, los efectos de la pandemia de COVID-19 llevarán a América Latina y el Caribe a la peor recesión de las últimas décadas, por el aumento del desempleo y la caída de los ingresos, millones de personas no podrán adquirir suficientes alimentos, esta situación afectará desproporcionalmente a las mujeres de la región, concretamente, se proyecta que la desocupación afectará a 21 millones de mujeres en 2020, es decir, 8 millones más que en 2019 (FAO, 2020a).

Del mismo modo, la Universidad Nacional Agraria La Molina (2020), menciona que, como consecuencia de la pandemia, en el Perú ha habido menos abastecimiento a las ciudades, en Lima Metropolitana estuvo menos abastecida en frutas, pollo, carne de ganado y tubérculos a comparación del año anterior; muchos productos registraron menores precios en chacra, como

la cebolla y la papa; por tanto, hay un riesgo de menor producción agrícola, pues los productores tuvieron menos ingresos, ello se suma a la estimación realizada por CEPAL, que expone que la pobreza extrema subirá hasta 6%, significando casi dos millones de personas incapaces de alimentarse adecuadamente; para Alcántara, citando a la FAO, esto supondría pasar de una crisis sanitaria a una crisis alimentaria.

Asimismo, Zegarra (2020), nos muestra que las cifras de la encuesta del INEI indican que ya varios millones de personas en nuestro país están en situación de inseguridad alimentaria entre intermedia y grave. Asimismo, en la región San Martín se ha promovido y anticipándose al Plan de Reactivación Económica el desarrollo de los sectores agropecuario y producción, mediante la ejecución de proyectos y actividades que ayuden a reducir el impacto negativo en la economía debido a la propagación del Covid-19, que estima una caída del 15% de su PBI Regional, donde se desarrollaron una serie de estrategias, a través de sus direcciones regionales como es salud, producción, agricultura que actualmente no bajan la guardia y continúan en la lucha contra este mal que grandemente afectó socialmente a la región San Martín (Ahora, 2020).

Por lo tanto, en ese contexto de la crisis sanitaria actual, la Dirección Regional de Agricultura, en articulación con las instituciones públicas y privadas, armaron estrategias para mitigar la seguridad alimentaria donde una de ellas fue la instalación de mercados descentralizados y/o temporales, para descongestionar la concentración de la población en los mercados de abastos, donde corren el riesgo de contagio; del mismo modo ha garantizado el suministro de alimentos y el abastecimiento con productos de primera necesidad, dichas actividades se realizaron con todo los protocolos de bioseguridad, resultando beneficioso en los agricultores mediante la venta de sus productos, generando ingresos en su economía.

En base a lo antes mencionado es necesario formular el problema general: ¿Cuál es la influencia de los mercados itinerantes en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021? Asimismo, como problemas específicos; ¿Cómo son los mercados itinerantes durante la

pandemia en la región San Martín, 2021? ¿Cómo es la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021? ¿Cuál es la relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021?

El presente estudio se justifica teóricamente porque recoge información valiosa de los autores más reconocidos en materia de mercados itinerantes y gestión productiva agrícola, lo que fortalece el contenido de esta investigación. Asimismo, permite que la discusión de los resultados sea claros y precisos. Se justifica socialmente, porque permitirá llegar a la población de los mercados itinerantes, estudiarla en función a la producción agrícola y de esta manera se podrá recomendar mejoras para su fortalecimiento. Tiene relevancia práctica porque se estudiará cómo funciona los mercados itinerantes en la región, así como también se conocerá como es la gestión productiva agrícola en base a la implementación de estos mercados. Metodológicamente, esta investigación contribuirá en la aplicación de una metodología consistente que permita la resolución de los problemas planteados, cumpliendo con cada uno de los objetivos propuestos, asimismo, con el contraste de la hipótesis. Es relevante porque debido al contexto actual, es necesario conocer si existe influencia o no de los mercados itinerantes en la gestión productiva agrícola en la región San Martín, indicador que será clave para la toma de decisiones de las autoridades competentes.

De esta manera, el objetivo general es determinar la influencia de los mercados itinerantes en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021. y como objetivos específicos; describir los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021; Describir la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021; Establecer la relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021.

Se define la hipótesis general; los mercados itinerantes influyen significativamente en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021. Asimismo, las hipótesis específicas; Los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021 son eficientes.

La gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021 es eficiente. La relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021 es positiva considerable.

II. MARCO TEÓRICO

En antedentes internacionales, Montúfar, C. y Satián, M. (2018) *Estudio agro – socioeconómico de los productores de mora de castilla (Rubus glaucus Benth) de Angamarca, Cotopaxi*. (Tesis). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. Investigación de tipo básica y diseño no experimental. La población lo conformaron los productores de mora de castilla y la muestra fue igual a la población. Usaron la revisión bibliográfica, el estudio de campo mediante la observación directa como también la encuesta, cuestionario y las entrevistas. Concluyeron que, existen dos tipos de productores. Productores tipo A, caracterizados por tener un ingreso económico anual de US\$ 2 547.96 y US\$ 3.61 diario, también venden su mano de obra familiar. Mientras que los productores tipo B, poseen un ingreso económico anual de US\$ 3 295.58 y US\$ 13.38 diarios y no venden su mano de obra familiar.

González, F. y Vega, S. (2016) *Mercados itinerantes. Estudio comparativo de dos mercados en México*. (Artículo científico). Revista de Ciencias Sociales, San José, Costa Rica. Investigación de tipo básica de nivel comparativo y diseño no experimental. Usaron la revisión bibliográfica y el análisis documental. Concluyeron que, los dos mercados se instalan en distintos días de la semana en un espacio singular para ofertar bienes y atienden a una demanda de escasos recursos que llegan de comunidades indígenas y colonias populares que se encuentran en los alrededores de dichos mercados. En este sentido, estos mercados representan una forma de articulación de las economías urbano-populares, campesinas e indígenas al mercado global, conformando un segmento de oferta y demanda propio de estos sectores sociales.

Medrano, E. (2013) *Estudio del comercio informal organizado en Monterrey, Nuevo León. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo [ENOE] 2005 – 2011*. (Tesis). Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México. Investigación de tipo básica de diseño no experimental. Concluyeron que, la economía informal, sector informal, sector residual, economía subterránea, no tradicional, no moderna, contra-económica, economía popular, alternativa, marginal, autónoma, clandestina, paralela, invisible, ilegal y oculta entre otras

denominaciones, son las adoptadas para referirse a las diversas actividades económicas que surgen de inhabilidades de la economía y de las oportunidades de beneficio que logran algunos agentes sociales al actuar fuera de normas, reglamentos y leyes que los regulen.

Zamudio, G. (2012) *El ágora fronteriza, prácticas de consumo e interacción simbólica en un mercado sobreruedas de Tijuana*. (Tesis). El colegio de la Frontera Norte. Tijuana, México. Esta investigación explora las prácticas de consumo que se dan en los mercados informales de la ciudad fronteriza de Tijuana en México, conocidos como sobreruedas. Esta investigación se ha planteado desde el enfoque de análisis de los estudios Culturales y por lo tanto pretende resaltar la dimensión cultural y simbólica del fenómeno social planteado. Para la realización de esta investigación se hicieron diversos ejercicios de observación haciendo uso de herramientas de investigación propias de la etnografía y se entrevistó a un grupo de personas que tienen el hábito de comprar en estos mercados. El objetivo general de la investigación era el de explorar las prácticas de consumo en el mercado sobre ruedas y los significados atribuidos a dichas práctica.

En antecedentes nacionales, Romero, E. (2018) *La gestión estratégica y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de los agronegocios de cacao del cantón Milagro - Ecuador*. (Tesis). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Investigación de tipo básica de nivel correlacional explicativa y diseño no experimental histórica transversal. La población estuvo conformada por el cantón Milagro y las parroquias rurales. La muestra lo conformaron 190 socios activos del cantón Milagro en la provincia de Guayas. Aplicó la encuesta y el cuestionario. Concluyó que, los agronegocios de cacao en el cantón Milagro carecen de una correcta dirección, lo que influye directamente en su poco desarrollo socioeconómico pues al no contar con una gestión estratégica adecuada las personas dedicadas a esta actividad que forman parte de las asociaciones no tienen la posibilidad de organizarse apropiadamente para cumplir sus metas establecidas debido a que no renuevan, por lo tanto las estrategias se desintegran perdiendo la ventaja competitiva que puede generar

la asociación, las técnicas de trabajo en sus negocios se reinventan lo que provoca que la producción de este grano sea poco rentable.

Mori, H. (2018) *Análisis del sistema de información y conocimiento de las familias agrícolas para el mejoramiento de la cadena productiva del café en Amazonas*". (Tesis). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas, Perú. Investigación de tipo básica de diseño no experimental. La población lo conformaron todos los productores de la región Amazonas. La muestra lo conformaron 152 productores. Utilizó la observación de campo. Concluyó que, las familias productoras de café en la región Amazonas no comercializan adecuadamente sus productos, ya que solo acceden a una parte de la cadena productiva, donde son absorbidos por las Asociaciones de productores o comerciantes mayoristas. Las familias productoras de café en la región Amazonas se enfrentan a dos opciones de comercialización, vender su producción a mayoristas locales o venderla a Cooperativas y Asociaciones de productores, en ambos casos son víctimas de especulación y bajo precio de compra.

Torres, F. (2018) *Comercio Informal Ambulatorio y sus efectos en el deterioro del Espacio Público de la Avenida España del distrito de Trujillo, 2017*. (Tesis). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Investigación básica y diseño no experimental transversal correlacional. Desarrollada con el objetivo de identificar cuáles son los efectos producidos por el comercio informal ambulatorio que inciden en el deterioro del espacio público de la avenida España del distrito de Trujillo, 2017. La población y la muestra quedo conformada por 184 pobladores de la Avenida España y consumidores del Distrito de Trujillo, 2017, La investigación es abordada desde el punto de vista urbano, dado que el espacio público que es inajenable, imprescriptible e intransferible, tiene un carácter de derecho colectivo, que está siendo deteriorado por la acción del comercio informal ambulatorio, convirtiéndose en un problema mayor, que impacta de forma directa diferentes entornos sociales. Concluyeron que, los efectos que se plantearon en la investigación, como producto del comercio ambulatorio, son los que más incidencia tienen en degradación física del espacio público.

Rubina, J. (2020) *Factores que determinan el comercio informal en las zonas turísticas de los distritos de Mariano Damaso Beraun y Rupa Rupa de la provincia de Leoncio Prado*. (Tesis). Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María. Perú. Investigación de tipo aplicada constructiva, nivel descriptivo explicativo y diseño ex post facto. Tuvo como objetivos: Determinar los factores que propician el comercio informal, en las zonas turísticas de los distritos mencionados de la Provincia de Leoncio Prado. Usó la entrevista, el fichaje, encuestas mediante los instrumentos de cedula de entrevista, fichas bibliográficas y cuestionarios respectivamente. Trabajaron con una muestra de 46 comerciantes con índices de informalidad. Concluyeron que, los factores que determinan el comercio informal en las zonas turísticas de los distritos de Mariano Dámaso Beraun y Rupa Rupa de la provincia de Leoncio Prado de acuerdo a lo determinado en la presente investigación son originados por la inoperancia de las autoridades, como también los escasos recursos financieros.

Las teorías que sostienen a esta investigación se centran en las variables de estudio:

En cuanto a los mercados itinerantes, de acuerdo a Castillo citado en (González y Vega, 2016), un mercado es una institución económica donde las sociedades confluyen en función del consumo y del intercambio donde subyace la distribución de bienes y el encuentro entre productores y consumidores.

Asimismo, en las **teorías** relacionadas a la investigación, en cuanto a la variable, **mercados itinerantes**, son centros en las que proveen alimentos sanos y a precios accesibles que benefician a los consumidores y a los productores de la agricultura familiar. Del mismo modo, es una gran alternativa para evitar aglomeraciones de gente en un solo mercado. Su objetivo es atender el abastecimiento de la población, principalmente las más vulnerables, con los productos de primera necesidad, provenientes de los lugares de producción, para contrarrestar la especulación, acaparamiento y alza injustificada de los precios de los productos agropecuarios (frutales, verduras, tubérculos, etc.) y agroindustriales, y posibilitar el normal abastecimiento de

productos dada circunstancias negativas como desastres o pandemias (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [OEA], 2020).

En los mercados itinerantes son los productores rurales quienes tienen la oportunidad de comercializar directamente a los consumidores sus productos de primera necesidad a precios justos. Entre las características se encuentran (OEA, 2020): a) Contribuir a asegurar el abastecimiento de alimentos de primera necesidad a precios accesibles para la población. b) Neutralizar la especulación y acaparamiento del alza de precios de productos de primera necesidad. c) Expendir alimentos de origen vegetal y animal de manera segura y dentro de un ambiente controlado. d) Reducir la movilización de los consumidores y la aglomeración de público en mercado de abastos. e) Impulsar la venta directa de productos agrícolas del campo a las zonas urbanas y f) Acercar los productos de primera necesidad a los consumidores, articulando esfuerzos con autoridades locales.

En cuanto a la variable **gestión productiva agrícola**, se refiere a un buen manejo de los recursos naturales, humanos y financieros que están relacionados con la producción agrícola. Asimismo, es la ciencia administrativa capaz de organizar, coordinar y planificar en tiempo y espacio todos los factores concurrentes, con la finalidad de que la producción de una unidad agrícola resulte rentable y que al mismo tiempo se preservan sus recursos naturales (Mendoza, 2020).

En la gestión productiva agrícola es importante conocer cada actividad agrícola, sus ciclos y trazabilidad. Asimismo, se debe considerar los costos de producción agrícola, y para ello lo primero que se hace es un diagnóstico de la situación actual, la cual nos permite conocer los recursos con los que contamos financieramente, para así poder tomar las decisiones correctas. También es importante la parte de las finanzas, en ese sentido, el manejo financiero tiene que ver con la forma en que se administra la dinámica económica de una unidad de producción agrícola, algo vital para la planificación a mediano y largo plazos. Sin este aspecto se estaría caminando a ciegas, sin la certeza de cuándo, dónde y cuánto invertir. Y el aspecto mercantil o comercial, es necesario que exista lo que se conoce como demanda para que no haya

mucha incertidumbre en el consumo de los productos finales y por consiguiente pérdidas económicas. Es así que, contar con una buena gestión agrícola debe incluir el monitoreo de los mercados de manera constante y en todos sus aspectos, desde las fluctuaciones estacionales de precios hasta la capacidad productiva de los competidores (Mendoza, 2020).

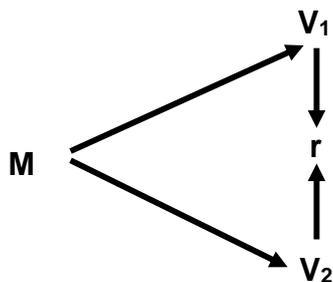
La actividad productiva como toda acción, individual o social, llevada a cabo para la obtención de un producto o servicio que satisfaga las necesidades humanas. Es decir, producir equivale a crear utilidad. Por ello, su estudio debe centrarse en el análisis de sus elementos esenciales, tales como el producto que ofrece la empresa y las características del mismo, las necesidades que cubre, los clientes a los que va dirigido y la tecnología empleada para su elaboración (Kluwer, 2018).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo básica, por lo que este estudio estuvo orientado a la recopilación de información sin manipulación de las variables. De acuerdo a Hernández et al. (2014) quienes manifiestan que este tipo de estudio busca aumentar el conocimiento para responder a interrogantes o precedentes para nuevas investigaciones.

Es de diseño no experimental transeccional de alcance descriptivo correlacional, porque no hubo implicancias prácticas, solo se describieron y se correlacionó las variables de estudio, y, el recojo de los datos se hizo en una sola vez.



Dónde:

M: Muestra

V1: Mercados itinerantes

V2: gestión productiva agrícola

r: Relación entre variables

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Mercados itinerantes.

Variable 2: Gestión productiva agrícola.

La operacionalización de variables está en los anexos.

3.3. Población (criterios de selección) muestra, muestreo y unidad de análisis

Población

La población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación (Arias, 2006).

Para esta investigación, lo conformaron 175546 pobladores de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo.

Criterios de inclusión

Personas que hayan aceptado participar del estudio.

Personas que participan de los mercados itinerantes

Criterios de exclusión

Personas que no hayan aceptado participar del estudio.

Personas que no participan de los mercados itinerantes

Muestra

Se aplicó la fórmula de población finita

$$n = \frac{NZ^2p \cdot q}{E^2N + Z^2p \cdot q}$$

Dónde:

n: tamaño muestra

N: tamaño de la población=175546

P: probabilidad de éxito (90%) =0.9

Q: probabilidad de fracaso=1-p=1-0.9=0.1

Z: Nivel de confianza (95%) = 1.96

E: Margen de error de valor estándar = 0.05

Al remplazar los datos:

$$n = \frac{175546 \times 1.96^2 \times 0.9 \times 0.1}{0.05^2 \times 175546 + 1.96^2 \times 0.9 \times 0.1}$$

Resolviendo, tenemos:

$$n = 139$$

Muestreo

probabilístico aleatorio simple.

Unidad de análisis

La unidad de análisis es el elemento objeto de interés de estudio. Para esta investigación fueron las personas pertenecientes a la muestra del estudio.

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

Técnicas

Se utilizó la encuesta, que es una técnica de recogida de datos mediante interrogantes a los individuos, cuyo propósito radica en la obtención de información que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López y Fachelli, 2015).

Instrumentos

Los instrumentos son cualquier recurso, dispositivo o formato (papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar la información (Arias, 2006).

Se creó dos cuestionarios, uno para cada variable, con preguntas estructuradas con la finalidad de recoger la información.

Para la variable mercados itinerantes se elaboró un cuestionario de 12 ítems divididas en tres dimensiones (participación del gobierno, tuvo 4, participación de productos, tuvo 4 y participación de la población, tuvo 4).

Su escala fue ordinal, tipo Likert: 1= muy inadecuado, 2= inadecuado, 3= regular, 4= adecuado, 5= muy adecuado.

En cuanto al rango de valoración fueron tres (Inadecuado, Regular y Adecuado). A continuación, se describe en la siguiente tabla, los valores que corresponde a cada rango por variable.

Variable	Rango de valoración		
	Inadecuado	Regular	Adecuado
Mercados itinerantes	12 a 28	29 a 45	46 a 60

Fuente: Según instrumentos.

En cuanto a la variable gestión productiva agrícola se elaboró un cuestionario de 16 ítems divididas en cuatro dimensiones (planificación, tuvo 4, organización, tuvo 4, dirección, tuvo 4 y control, tuvo 4). Su escala fue ordinal, tipo Likert: 1= muy inadecuado, 2= inadecuado, 3= regular, 4= adecuado, 5= muy adecuado.

En cuanto al rango de valoración fueron tres (Inadecuado, Regular y Adecuado). A continuación, se describe en la siguiente tabla, los valores que corresponde a cada rango por variable.

Variable	Rango de valoración		
	Inadecuado	Regular	Adecuado
Gestión productiva agrícola	16 a 37	38 a 59	60 a 80

Fuente: Según instrumentos.

Validación

Se aplicó la técnica de juicio de expertos, la cual estuvo a cargo de tres especialistas en el tema de investigación quienes dieron su valoración a los cuestionarios presentados. Los resultados encontrados fueron:

Variable	N.º	Especialidad	Promedio de validez	Opinión del experto
Mercados itinerantes	1	Metodólogo	4.4	Instrumento aplicable y coherente
	2	Docente metodólogo	4.5	El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que procede su aplicación. El cuestionario cumple aceptablemente con la mayoría de los criterios de validación y considero válido, coherente y pertinente para su aplicación.
	3	Licenciado en educación primaria	4.1	El cuestionario cumple aceptablemente con la mayoría de los criterios de validación y considero válido, coherente y pertinente para su aplicación.
Gestión productiva agrícola	1	Metodólogo	4.4	Instrumento aplicable y coherente.
	2	Docente metodólogo	4.5	El instrumento muestra coherencia metodológica por lo que procede su aplicación. El cuestionario cumple aceptablemente con la mayoría de los criterios de validación y considero válido, coherente y pertinente para su aplicación.
	3	Licenciado en educación primaria	4.2	El cuestionario cumple aceptablemente con la mayoría de los criterios de validación y considero válido, coherente y pertinente para su aplicación.

El promedio de la evaluación del cuestionario de mercados itinerantes fue 4.33 resultado que indica que existe coherencia en un 86.6% en la puntuación de los expertos, concluyendo que el cuestionario es válido para la aplicación en la investigación.

En cuanto al promedio de la evaluación del cuestionario de gestión productiva agrícola fue 4.37 resultado que indica que existe coherencia en un 87.4% en la puntuación de los expertos, concluyendo que el cuestionario es válido para la aplicación en la investigación.

Confiabilidad

Se aplicó la técnica de Alfa de Cronbach. En donde se utilizó una prueba piloto que contó con 42 pobladores de la ciudad de Tarapoto.

Dónde:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: Número de ítems

Si : Suma de Varianzas de los Ítems en cada caso

St : Varianza de la suma de los Ítems de los casos.

α : Valor del alfa.

Rango	Descripción
-1 a 0	No es confiable
0.01 a 0.49	Baja confiable
0.50 a 0.75	Moderada Confiabilidad
0.76 a 0.89	Fuerte Confiabilidad
0.9 a 1.0	Alta Confiabilidad

Con respecto a la variable mercados itinerantes se obtuvo un alfa de Cronbach igual a 0.985 lo cual indicó que tiene una alta confiabilidad. Lo mismo sucedió para la variable gestión productiva agrícola donde se obtuvo un valor de 0.976.

3.5. Procedimientos

Se crearon los instrumentos de investigación los cuales pasaron por la validez de tres expertos y la prueba de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach a través de los resultados obtenidos de la muestra piloto. Teniendo los dos resultados, se procedió a aplicar los instrumentos a la muestra de la investigación. Terminada, se digitalizaron los datos en el programa Excel para posteriormente ser procesadas en el software estadístico SPSS.

3.6. Métodos de análisis de datos

Se empleó la estadística descriptiva para responder a los propósitos y para demostrar la hipótesis se manejó la estadística inferencial de Pearson, estableciendo la relación que existe entre las variables. Este coeficiente adquiere valores entre -1 y 1, exteriorizando si existe una subordinación directa (coeficiente positivo) o inversa (coeficiente negativo).

3.7. Aspectos éticos

Se actuó con ética y profesionalismo. La información estuvo tratada con la confiabilidad debida, se mantuvo el anonimato y la integridad de los datos. Asimismo, la investigación se enmarca dentro del código de ética de la UCV, donde se citó a los autores de acuerdo a la norma internacional APA séptima edición. En tanto, cuenta con su referencia correspondiente. Por otro lado, la información presentada es objetiva y cuenta con el permiso del participante, lo que asegurara la ética en el presente estudio.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Nivel de los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021.

Mercados itinerantes	Puntaje	N°	%
Inadecuado	12 a 28	16	11.8
Regular	29 a 45	68	48.7
Adecuado	46 a 60	55	39.6
Total		139	100

Fuente: Resultados del cuestionario aplicados a la muestra de estudio.

En la tabla 1, se muestran los resultados respecto a los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, respondido por 139 pobladores de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo de las cuales el 48.7 % opinó tener un nivel regular, el 39.6 % un nivel adecuado y el 11.8 % un nivel inadecuado.

Tabla 2

Nivel de la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021.

Gestión productiva agrícola	Puntaje	N°	%
Ineficiente	16 a 37	16	11.0%
Regular	38 a 59	39	27.7%
Eficiente	60 a 80	85	61.3%
Total		139	100%

Fuente: Resultados del cuestionario aplicados a la muestra de estudio.

En la tabla 2, se muestran los resultados respecto a la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021, respondido por 139 pobladores de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo de las cuales el 61.3 % opinó tener un nivel eficiente, el 27.7 % un nivel regular y el 11 % un nivel ineficiente.

Tabla 3

Relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021.

	Mercados itinerantes	Gestión productiva agrícola
Participación del gobierno	Correlación de Pearson r	,748
	Sig. (bilateral)	.000
	Coefficiente de determinación	.560
	n	139
Participación de productos	Correlación de Pearson r	,729**
	Sig. (bilateral)	.000
	Coefficiente de determinación	.531
	n	139
Participación de la población	Correlación de Pearson r	,799**
	Sig. (bilateral)	.000
	Coefficiente de determinación	.638
	n	139

En la tabla 3 se observa que, la participación del gobierno, productos y población tienen una relación positiva considerable con la gestión productiva agrícola (0.748, 0.729 y 0.799). Asimismo, se observa que la participación de la población influye más en la gestión productiva agrícola por tener un coeficiente de determinación mayor a los restos (0.638, 0.560 y 0.531) De esta manera se infiere que la población influye en un 63.8 % en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín.

Tabla 4

Estadísticas de regresión entre mercados itinerantes y gestión productiva agrícola.

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente r Pearson	0.840
Coefficiente de determinación R ²	0.706
R ² ajustado	0.703
Error típico	8.338
Observaciones	20

Fuente: resultados procesados en SPSS v25

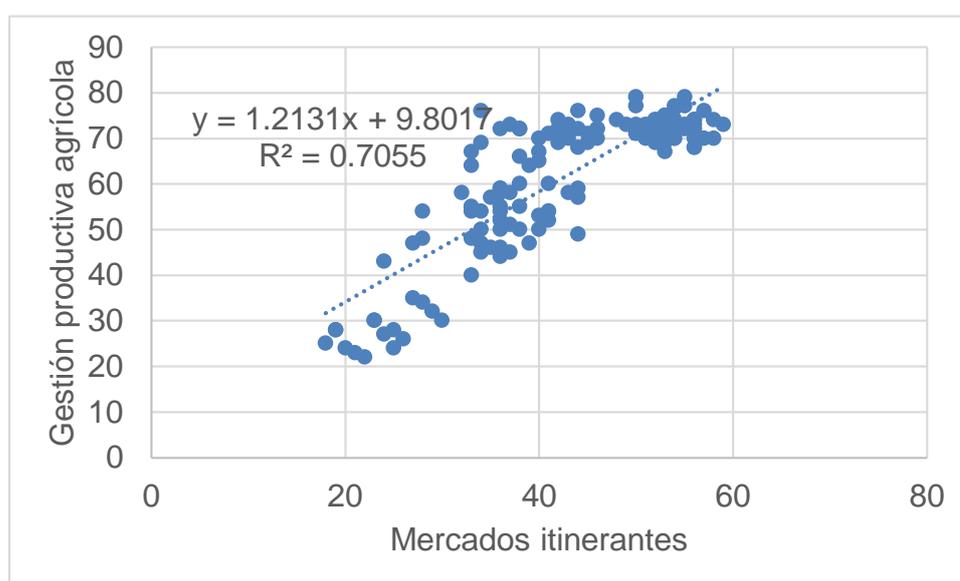


Figura 1. Diagrama de dispersión entre mercados itinerantes y gestión productiva agrícola.

Fuente: resultados procesados en SPSS v25.

En la tabla 4 y figura 1 se aprecia que, existe relación positiva considerable entre los mercados itinerantes y la gestión productiva agrícola con un coeficiente de Pearson igual a 0.840. Asimismo, el coeficiente de determinación es igual a 0.706, lo que indica que con un 70.6 % la gestión productiva agrícola se ve influenciado por los mercados itinerantes. Además, se observa una relación lineal positiva con una dependencia del 70.6 % de los mercados itinerantes en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en San Martín.

Contraste de hipótesis planteada en la investigación:

Ho: Los mercados itinerantes no influyen significativamente en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021.

Ha: Los mercados itinerantes influyen significativamente en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021.

Tabla 5

Análisis de varianza entre los mercados itinerantes y la gestión productiva agrícola.

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Regresión	1	22819.54238	22819.54238	328.2581043	0.000
Residuos	137	9523.838912	69.51707235		
Total	138	32343.38129			

Fuente: BD procesado en SPSS ver 25.

Regla de decisión:

Sig > 0.05, aceptamos (H₀)

Sig < 0.05, aceptamos (H_a).

En la tabla 5, se aprecia que existe relación entre los mercados itinerantes y la gestión productiva agrícola durante la pandemia en San Martín, con un p-valor menor al margen de error ($p < 0.05$), es decir una sig. ($0,000 < 0.05$); por lo tanto hay pruebas estadísticas contundentes para rechazar la hipótesis nula (H₀), y aceptar la hipótesis general de la investigación.

V. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos en el estudio; en cuanto al nivel de los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021, esta fue regular con un 48.7 % seguido de un nivel adecuado con un 39.6 % y por último un nivel inadecuado con un 11.8 %. Resultados que reflejan los pobladores de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo, tres de las ciudades con más población de la región San Martín. Respecto a los mercados itinerantes, en la que se estudió la participación del gobierno, la población y los productos, se ha evidenciado que estos mercados cumplen un rol importante de la sociedad y es más aun en momentos complejos como las de una pandemia, en la que se necesita descentralizar el comercio para frenar la tasa de contagio y no haya vidas perdidas. Tal como mencionaron Gonzáles y Vega (2016) que estos mercados representan una forma de articulación de las economías urbano-populares, campesinas e indígenas al mercado global, conformando un segmento de oferta y demanda propio de estos sectores sociales.

Por otro lado, sobre el nivel de la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021. Esta fue de nivel eficiente con un 61.3 % seguido de un nivel regular con un 27.7 % e ineficiente con un 11 %. Con estos resultados se puede discernir que las autoridades gubernamentales de San Martín hicieron un trabajo correcto sobre las decisiones y acciones tomadas frente a la pandemia. Una de esas fue la habilitación de mercados itinerantes, cual permitió descentralizar el comercio, mediante la participación de los principales agricultores como distribuidores quienes intervinieron en la presentación de productos, asimismo, con la participación activa y responsable de la población. De esta manera se puede deducir, que cuando hay un trabajo integrado y articulado (planificación, organización, dirección y control) por todos los actores (gobierno, producto, población) los resultados son los mejores. No obstante, estos resultados difieren con Romero (2018) quien demostró que en los agronegocios de cacao existe poco desarrollo socioeconómico debido a la falta de una correcta

dirección y gestión estratégica productiva, lo cual hacen que pierdan ventaja competitiva.

En cuanto a la relación de los elementos principales como son el gobierno, los productos y la población, en este estudio se evidenció que existe una relación positiva considerable con la gestión productiva agrícola, pues se encontró una correlación de Pearson (0.748, 0.729 y 0.799) respectivamente. También se evidenció cuan influyente (63.8 %) es la participación de la población para que los mercados itinerantes funcionen cumpliendo su propósito. Estos resultados demuestran la importancia de la integración y unión de fuerzas para conseguir los mejores resultados. Así como es necesario una correcta y justa intervención por parte del gobierno para que no haya desventajas entre unos y otros comerciantes. Así como en el estudio de Mori (2018) quien menciona que las familias productoras de café en Amazonas no logran comercializar adecuadamente sus productos ya que solo acceden a una pequeña parte de la cadena productiva, donde estas son absorbidas por las grandes asociaciones o comerciantes mayoristas, siendo víctimas de especulación y bajo precio de compra.

Finalmente, se determinó estadísticamente que los mercados itinerantes influyen significativamente en la gestión productiva agrícola, tras encontrar una relación positiva considerable y un nivel de significancia menor al margen del error. Con estos resultados se demuestra la correcta decisión del gobierno de San Martín de implementar los mercados itinerantes durante la pandemia. Sin embargo, hay cuestiones prácticas que se tienen que mejorar para que estos mercados se encuentren en condiciones adecuadas para recibir a la población.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Los mercados itinerantes influyen significativamente en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021, tras encontrar una relación positiva considerable ($r = 0.840$), un coeficiente de determinación ($R^2 = 0.706$) y un nivel de significancia igual a 0.000 menor al margen de error 0.05 entre los mercados itinerantes y la gestión productiva agrícola.
- 6.2. El nivel de los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín fue regular en 48.7 %.
- 6.3. El nivel de la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín fue eficiente en 61.3 %.
- 6.4. El gobierno, producto y la población se relacionan de manera positiva considerable con la gestión productiva agrícola durante la pandemia en San Martín tras hallar un coeficiente de Pearson (0.748, 0.729 y 0.799) respectivamente. Asimismo, la participación de la población tiene una influencia del 63.8 % en la gestión productiva agrícola.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. Al gobernador regional de San Martín, diseñar e implementar un plan de programación de mercados itinerantes teniendo en cuenta los protocolos de seguridad con la finalidad de descentralizar el comercio para que los pobladores tengan acceso a los productos frescos lo más cerca posible y evitar aglomeraciones que podrían afectar la salud de las personas.
- 7.2. A las autoridades de los municipios provinciales y distritales, gestionar el mantenimiento, uso y la seguridad de los mercados itinerantes para que se garantice el orden y el control en los mismos.
- 7.3. A la población en general, de mantener el orden y comportamiento adecuado dentro de los mercados itinerantes. También a colaborar con el cuidado y mantenimiento de los mismos para que estos se encuentren en buen estado para toda la población.

REFERENCIAS

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera (ed.); 3rd ed.). PEARSON EDUCACIÓN.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica* (San Marcos (ed.); Décimo nov).
- González, F., & Vega, S. (2016). *Mercados itinerantes. Estudio comparativo de dos mercados en México*. *Revista de Ciencias Sociales*, 1(151), 127–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.15517/rcs.v1i151.24974>
- Hernández, R., & Méndez, C. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa cualitativa y mixta*. (Mc Graw Hill. (ed.)). <https://doi.org/978-1-4562-6096-5>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2020). *Implementación de mercados itinerantes en Perú*. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/12197/BVE20098554e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Crecimiento y distribución de la población total, 2017*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1673/libro.pdf
- Kluwer, W. (2018). *Actividad productiva*. [Guiasjuridicas.Wolterskluwer.Es/](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/). https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNDc3MTtbLUouLM_DxblwMDS0MDIwUQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAnTWGPzUAAAA=WKE
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Medrano, E. (2013). *Estudio del comercio informal organizado en Monterrey, Nuevo León. ENOE 2005 - 2011* [Universidad Autónoma de Nuevo León]. <http://eprints.uanl.mx/3572/1/1080256590.pdf>
- Mendoza, L. (2020). *Todo lo que deberías saber de Gestión Agrícola*.

<https://sistemaagricola.com.mx/blog/todo-lo-que-deberias-saber-de-gestion-agricola/>

- Montúfar, C. L., & Satián, M. E. (2018). *Estudio agro – socioeconómico de los productores de mora de castilla (Rubus glaucus Benth) de Angamarca, Cotopaxi* [Universidad Central del Ecuador].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/16477>
- Mori, H. (2018). *Análisis del sistema de información y conocimiento de las familias agrícolas para el mejoramiento de la cadena productiva del café en Amazonas* [Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. <http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/1335>
- Romero, E. J. (2018). *La gestión estratégica y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de los agronegocios de cacao del cantón Milagro - Ecuador* [Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7695>
- Rubina, J. G. (2020). *Factores que determinan el comercio informal en las zonas turísticas de los distritos de mariano Damaso Beraun y Rupa Rupa de la provincia de Leoncio Prado* [Universidad Nacional Agraria de la Selva].
<http://repositorio.unas.edu.pe/handle/UNAS/1728>
- Torres, F. (2018). *Comercio Informal Ambulatorio y sus efectos en el deterioro del Espacio Público de la Avenida España del distrito de Trujillo, 2017* [Univercidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11782/torres_zf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zamudio, G. (2012). *El ágora fronteriza, prácticas de consumo e interacción simbólica en un mercado sobreruedas de Tijuana* [El Colegio de la Frontera Norte]. <https://www.colef.mx/posgrado/tesis/2010946/>

ANEXOS

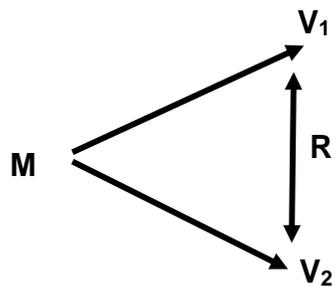
Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V1. Mercados itinerantes	Centros en las que proveen alimentos sanos y a precios accesibles que benefician a los consumidores y a los productores de la agricultura familiar	Es la medida en que el gobierno, la población y los productores participen en los mercados itinerantes.	Participación del gobierno	- Factibilidad - Competencias	Ordinal
			Participación de los productos	- Presentación - Organización - Distribución - Calidad	
			Participación de la población	- Nivel de aceptación - Comportamiento	
V2. Gestión productiva agrícola	Es la planificación, organización, dirección y control de las actividades agrícolas en mercados itinerantes.	Corresponde a la medición de la planificación, organización, dirección y control de la productividad agrícola	Planificación	- Eficiencia - Desempeño	Ordinal
			Organización	- Nivel colaboración - Orden	
			Dirección	- Nivel de liderazgo de gobierno	
			Control	- Nivel evaluación	

Matriz de consistencia

Mercados Itinerantes y su influencia en la Gestión Productiva Agrícola durante la pandemia. San Martín, 2021

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos					
<p>Problema general ¿Cuál es la influencia de los mercados itinerantes en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021?</p> <p>Problemas específicos ¿Cómo son los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021?</p> <p>¿Cómo es la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar la influencia de los mercados itinerantes en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021.</p> <p>Objetivos específicos Describir los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021</p> <p>Describir la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021</p> <p>Establecer la relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021.</p>	<p>Hipótesis alternativa H_i: los mercados itinerantes influyen significativamente en la gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021.</p> <p>Hipótesis específicas Los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín, 2021 son eficientes.</p> <p>La gestión productiva agrícola durante la pandemia en la región San Martín, 2021 es eficiente.</p> <p>La relación de los mercados itinerantes según dimensiones y la gestión productiva agrícola durante la pandemia de la región San Martín, 2021 es positiva considerable</p>	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>					
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones						
No experimental, descriptivo correlacional	<p>Población Para dicho trabajo de investigación fue de aproximadamente 175546 personas que residen en Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo comerciantes (INEI, 2021).</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Mercados itinerantes y</td> <td>Participación del gobierno</td> </tr> <tr> <td>Participación de los productos</td> </tr> <tr> <td>Participación de la población</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Mercados itinerantes y	Participación del gobierno	Participación de los productos	Participación de la población
Variables	Dimensiones							
Mercados itinerantes y	Participación del gobierno							
	Participación de los productos							
	Participación de la población							



Dónde:
M: Muestra de estudio
V1: Variable 1
V2: Variable 2
R: Relación entre V_1 y V_2

Muestra
 La muestra considerada para este trabajo de investigación fue de 139 personas.

gestión productiva	Planificación
	Organización
	Dirección
	Control

Instrumentos de investigación

Cuestionario “Mercados itinerantes”

Datos generales

N. ° cuestionario _____ Fecha de recolección ____/____/____

Instrucciones

Estimado poblador, el presente tiene como objetivo de identificar el nivel de los mercados itinerantes durante la pandemia en la región San Martín. El instrumento es anónimo y reservado, la información es solo para uso de la investigación. Le pedimos por favor responda todos los ítems con sinceridad marcando con un aspa (X) en un solo recuadro. En tal sentido, se le agradece por la información brindada con sinceridad y objetividad, teniendo en cuenta las siguientes opciones de respuesta:

Escala de valoración	
Muy inadecuado	1
Inadecuado	2
Regular	3
Adecuado	4
Muy adecuado	5

Mercados itinerantes							
Dimensiones	ítems	Indicadores	Valoración				
			1	2	3	4	5
Gobierno	01	¿Cómo califica el equipo de trabajo del GORESAM, para elaborar e implementar los mercados itinerantes?					
	02	¿Cómo evalúa el desarrollo de competencias profesionales para la elaboración e implementación de mercados itinerantes?					
	03	¿Cómo califica los perfiles laborales que solicita el GORESAM para elaborar e implementar proyectos?					
	04	¿Cómo determina los programas de capacitación que recibe el equipo sobre proyectos?					

Productos	05	¿Cómo califica la presentación de los productos en los mercados?					
	06	¿Cómo califica la distribución de los productos en los mercados?					
	07	¿Cómo califica la organización de los productos en los mercados?					
	08	¿Cómo califica la calidad de los productos en los mercados?					
Población	09	¿Cómo califica la participación de la población en los mercados?					
	10	¿Cómo califica el comportamiento de la población en los mercados?					
	11	¿Cómo califica el compromiso de la población en los mercados?					
	12	¿Cómo califica el vínculo entre producto, población y gobierno en los mercados?					

Cuestionario “Gestión productiva agrícola”

Datos generales

N. ° cuestionario _____ Fecha de recolección ____/____/____

Instrucciones

Estimado poblador, el presente tiene como objetivo de identificar el nivel de la gestión productiva agrícola durante pandemia en la región San Martín. El instrumento es anónimo y reservado, la información es solo para uso de la investigación. Le pedimos por favor responda todos los ítems con sinceridad marcando con un aspa (X) en un solo recuadro. En tal sentido, se le agradece por la información brindada con sinceridad y objetividad, teniendo en cuenta las siguientes opciones de respuesta:

Escala de valoración	
Muy inadecuado	1
Inadecuado	2
Regular	3
Adecuado	4
Muy adecuado	5

Gestión de productividad agrícola							
Dimensiones	Ítems	Indicadores	Valoración				
			1	2	3	4	5
Planificación	01	¿Cómo califica los servidores públicos del GORESAM de acuerdo a lo estipulado en las funciones del cargo?					
	02	¿Cómo evalúa la participación de la población en los procesos de gestión de la GORESAM?					
	03	¿Cómo considera las estrategias de comunicación del GORESAM hacia la ciudadanía en general?					
	04	¿Cómo califica la gestión del GORESAM respecto al cumplimiento de las diversas actividades de su agenda?					
Organización	05	¿Cómo califica las instalaciones del GORESAM para el correcto					

		cumplimiento de sus funciones?					
	06	¿Cómo considera el acondicionamiento físico y laboral del GORESAM?					
	07	¿Cómo evalúa los programas de mejora continua que se manejan en el GORESAM?					
	08	¿Cómo califica el nivel de desempeño de los servidores públicos del GORESAM?					
Dirección	09	¿Cómo evalúa los cambios internos o externos que se presentan en el entorno del GORESAM?					
	10	¿Cómo considera el cronograma establecido de objetivos y metas del GORESAM respecto al cumplimiento de ellas?					
	11	¿Cómo evalúa su manejo de todos los bienes que le asignan para el cumplimiento de sus funciones dentro del GORESAM?					
	12	¿Cómo califica el Manual de Organización y Funciones del GORESAM respecto a su cumplimiento?					
Control	13	¿Cómo evalúa las herramientas de evaluación para medir el avance de ejecución de los planes en el GORESAM?					
	14	¿Cómo evalúa las acciones de evaluación post ejecución de lo planificado del GORESAM?					
	15	¿Cómo evalúa el seguimiento y monitoreo de las acciones enmarcadas a los objetivos y metas de los productores y asociaciones productivas del GORESAM?					
	16	¿Cómo califica la gestión de espacios de fortalecimiento del conocimiento para los productores agrícolas del GORESAM?					

Base de datos

N°	Participación del gobierno	Participación de productos	Participación de la población	Mercados itinerantes	Planificación	Organización	Dirección	Control	Gestión productiva agrícola
1	10	13	10	33	16	16	17	18	67
2	9	5	7	21	7	7	4	5	23
3	9	4	14	27	15	6	11	15	47
4	11	10	16	37	19	19	19	16	73
5	20	19	20	59	19	19	17	18	73
6	11	10	12	33	12	13	20	19	64
7	14	11	19	44	19	19	18	16	72
8	11	14	11	36	12	12	14	20	58
9	12	13	12	37	12	11	11	11	45
10	16	20	18	54	17	19	16	18	70
11	20	16	17	53	16	16	19	16	67
12	17	19	17	53	16	20	19	16	71
13	17	17	16	50	20	16	17	20	73
14	20	19	17	56	19	16	20	17	72
15	18	17	17	52	19	19	16	20	74
16	16	18	19	53	17	18	18	20	73
17	9	4	11	24	5	4	8	10	27
18	11	15	10	36	15	15	10	10	50
19	10	11	17	38	17	16	17	16	66
20	9	8	6	23	8	9	6	7	30

21	9	7	14	30	5	9	6	10	30
22	19	19	20	58	19	20	16	19	74
23	16	19	19	54	20	20	17	20	77
24	19	17	20	56	16	19	17	16	68
25	18	19	16	53	20	20	19	16	75
26	16	19	16	51	16	20	18	18	72
27	11	10	12	33	13	12	12	18	55
28	12	14	13	39	13	13	10	11	47
29	11	11	12	34	17	16	16	20	69
30	14	15	12	41	12	14	10	18	54
31	10	15	15	40	13	10	15	12	50
32	10	12	10	32	13	15	11	19	58
33	14	10	18	42	17	18	20	16	71
34	20	17	18	55	19	16	19	19	73
35	16	17	17	50	19	20	20	20	79
36	13	13	15	41	10	15	18	17	60
37	18	17	19	54	19	16	20	19	74
38	9	6	4	19	6	9	4	9	28
39	12	14	13	39	11	17	18	18	64
40	15	15	13	43	18	16	20	16	70
41	12	12	18	42	20	18	18	16	72
42	11	11	12	34	12	13	13	12	50
43	20	20	16	56	19	17	18	19	73
44	11	6	11	28	15	13	12	14	54
45	15	15	15	45	17	16	20	16	69
46	16	19	16	51	20	16	17	20	73

47	17	19	20	56	17	18	18	18	71
48	12	10	15	37	13	14	13	18	58
49	15	10	13	38	18	18	18	18	72
50	7	9	7	23	9	8	7	6	30
51	4	8	8	20	6	8	6	4	24
52	13	13	10	36	14	14	11	13	52
53	20	18	18	56	18	17	17	18	70
54	12	13	11	36	15	15	14	11	55
55	12	11	15	38	12	12	19	17	60
56	10	15	15	40	13	19	18	17	67
57	16	19	18	53	20	20	18	17	75
58	14	14	18	46	16	17	20	19	72
59	18	17	20	55	20	19	20	20	79
60	18	18	20	56	17	18	19	20	74
61	17	18	18	53	16	17	16	20	69
62	18	20	17	55	17	18	18	19	72
63	20	18	18	56	20	19	18	17	74
64	18	18	20	56	20	18	16	20	74
65	15	15	11	41	14	20	17	20	71
66	14	15	20	49	17	17	19	20	73
67	14	12	20	46	20	17	17	18	72
68	11	13	14	38	12	13	14	11	50
69	10	13	11	34	20	20	20	16	76
70	15	10	18	43	19	18	16	18	71
71	18	16	19	53	20	16	18	17	71
72	17	17	18	52	19	19	18	18	74
73	15	12	14	41	12	11	15	16	54

74	12	12	16	40	16	18	20	16	70
75	19	14	20	53	18	17	18	17	70
76	18	19	19	56	16	18	18	16	68
77	19	16	16	51	19	17	18	16	70
78	16	18	20	54	18	16	20	16	70
79	14	15	19	48	19	18	19	18	74
80	20	17	20	57	17	18	18	17	70
81	9	7	13	29	8	5	9	10	32
82	11	12	17	40	16	17	16	16	65
83	11	11	16	38	19	18	17	18	72
84	14	4	15	33	11	7	11	11	40
85	12	11	13	36	12	12	10	20	54
86	14	10	12	36	14	20	20	18	72
87	16	17	17	50	19	16	16	20	71
88	14	4	10	28	13	9	13	13	48
89	10	15	17	42	16	20	16	17	69
90	6	9	4	19	7	4	9	8	28
91	8	8	9	25	5	6	5	8	24
92	10	14	11	35	11	11	13	11	46
93	13	13	15	41	14	12	14	12	52
94	9	9	10	28	6	8	5	15	34
95	16	19	16	51	18	19	19	16	72
96	5	7	6	18	7	5	5	8	25
97	10	10	13	33	11	12	11	14	48
98	14	15	15	44	13	13	12	19	57
99	20	19	19	58	17	20	16	17	70
100	14	13	10	37	11	15	14	11	51

101	10	12	12	34	13	11	15	15	54
102	17	16	17	50	18	19	20	20	77
103	18	17	17	52	20	20	16	17	73
104	13	15	14	42	14	20	17	19	70
105	12	10	14	36	11	14	14	20	59
106	15	15	14	44	11	10	19	19	59
107	15	12	17	44	18	20	18	20	76
108	16	11	19	46	18	17	16	19	70
109	18	20	16	54	19	17	17	19	72
110	12	12	12	36	13	10	12	11	46
111	11	11	14	36	11	12	10	11	44
112	14	10	14	38	14	11	12	18	55
113	18	18	16	52	17	16	20	16	69
114	19	20	17	56	20	18	16	19	73
115	16	19	20	55	19	20	18	20	77
116	13	12	17	42	19	18	17	20	74
117	7	7	10	24	15	5	10	13	43
118	14	15	16	45	17	17	18	19	71
119	9	8	9	26	9	6	7	4	26
120	13	15	15	43	15	15	13	15	58
121	10	10	13	33	11	13	11	19	54
122	14	12	14	40	15	11	11	16	53
123	15	11	20	46	19	16	20	20	75
124	19	20	17	56	20	19	16	17	72
125	17	18	18	53	18	18	19	18	73
126	18	17	19	54	18	20	16	18	72
127	13	11	10	34	10	12	15	10	47

128	10	14	10	34	14	11	10	10	45
129	11	14	11	36	13	14	12	20	59
130	9	6	7	22	5	7	6	4	22
131	11	10	14	35	13	15	10	19	57
132	12	11	15	38	17	20	17	18	72
133	13	13	18	44	16	17	17	18	68
134	7	9	11	27	5	4	13	13	35
135	19	18	20	57	19	19	18	20	76
136	16	18	18	52	16	18	20	18	72
137	5	6	14	25	6	8	4	10	28
138	15	14	15	44	15	10	13	11	49
139	10	13	20	43	16	20	18	19	73