



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ECONOMÍA**

**MENCIÓN PROYECTOS DE INVERSIÓN**

**TESIS**

**IMPACTO DEL PROCESO DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD  
PRODUCTIVA DE LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL DISTRITO  
DE SANTIAGO - PROVINCIA DEL CUSCO - PERIODO 2014-2018**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
ECONOMÍA MENCIÓN PROYECTOS DE INVERSIÓN**

**AUTOR:**

Br. Javier Villacorta Sanchez

**ASESOR:**

Dr. Walter Claudio Beizaga Ramirez

**CÓDIGO ORCID: 0000-0001-9232-2063**

**CUSCO-PERÚ**

**2024**

# INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: "IMPACTO DEL PROCESO DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA DE LOS PRODUCTORES ARTESANAZES DEL DISTRITO DE SANTIAGO - PROVINCIA DEL CUSCO - PERIODO 2014 - 2018"

presentado por: JAVIER VILLACORTA SANCHEZ con DNI Nro.: 45569866 presentado por: \_\_\_\_\_ con DNI Nro.: \_\_\_\_\_ para optar el título profesional/grado académico de MAESTRO EN ECONOMÍA MENCIÓN PROYECTOS DE INVERSIÓN

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 01 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 01 de octubre de 2024

Firma

Post firma: Walter Claudio Beizaga Ramirez

Nro. de DNI: 23821642

ORCID del Asesor: 0000-0001-9232-2063

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.

2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 272590385850072 ✓

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS MPACTO DEL PROCESO DE APOYO  
O A LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA  
DE LOS PRODUCTORES ARTESANALES  
DEL**

AUTOR

**JAVIER VILLACORTA SANCHEZ**

RECUENTO DE PALABRAS

**24211 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**130302 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**114 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**659.2KB**

FECHA DE ENTREGA

**Sep 27, 2024 7:20 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Sep 27, 2024 7:22 AM GMT-5**

### ● 10% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 18 palabras)

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar el presente trabajo de investigación en primera instancia a Dios, a la Virgen del Carmen de Nayhua por darme salud y guiarme día a día en mi camino, a mis padres Ciriaco Villacorta y Cerafina Sánchez por ser fuente de inspiración de respeto, honestidad, liderazgo, responsabilidad y de superación.

En segundo lugar, a mis hermanos Carmen, Erick y Cesar por esa convivencia académica familiar, la motivación de seguir adelante y aportar por el bien de la sociedad.

Finalmente, a mi esposa Hibeth Llancay por su incansable apoyo a mis hijos Sebastián y Andre por darme fuerza en cada una de mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer profundamente a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco por haberme permitido fortalecer mis capacidades académicas y profesionales, a la plana de docentes de la Maestría en Economía mención Proyectos de Inversión, en especial a mi asesor Dr. Walter Claudio Beizaga Ramírez por el acompañamiento académico en el presente trabajo de investigación.

Asimismo, agradecer a Dios por las oportunidades que me brinda en mi vida, a mi esposa Hibeth por la perseverancia y su apoyo incondicional.

Y por supuesto a mis padres por sus consejos y enseñanzas, por buscar que mi persona camine por el sendero del éxito y del servicio a la sociedad.

**INDICE**

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INDICE.....	iv
INDICE DE TABLAS.....	viii
INDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I.....	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1. Situación Problemática.....	15
1.2. Formulación del problema.....	19
a. Problema general.....	19
b. Problema específico.....	19
1.3. Justificación de la investigación.....	19
a. Justificación practica.....	19
b. Justificación metodológica.....	20
c. Justificación social.....	20
1.4. Objetivo de la investigación.....	20

a.    Objetivo general.....	20
b.    Objetivo específico .....	20
CAPÍTULO II.....	21
MARCO TEÓRICO .....	21
2.1. Bases teóricas .....	21
2.1.1. Ventaja Competitiva según Michael Porter.....	21
2.1.2. Estrategias competitivas de Porter.....	21
2.1.3. Cinco fuerzas competitivas de Porter .....	24
2.1.4. Sistema Económico .....	26
2.1.5. Desarrollo Económico Territorial.....	27
2.1.6. Barreras para el desarrollo Económico Local .....	28
2.1.7. PROCOMPITE.....	30
2.2. Marco Conceptual .....	37
2.3. Antecedentes empíricos de la investigación.....	42
a. Antecedentes internacionales.....	42
b. Antecedentes nacionales.....	44
c.    Antecedes locales.....	46
2.4. Hipótesis de investigación.....	48
a. Hipótesis general .....	48
d.    Hipótesis específico .....	49
2.5. Identificación de variables e indicadores .....	49

2.6. Operacionalización de variables.....	50
CAPÍTULO III .....	51
METODOLOGÍA.....	51
4.1. Ámbito de estudio: Localización política y geográfica.....	51
4.1.1. Creación Política .....	52
4.1.2. Territorio.....	53
4.1.3. Extensión .....	53
4.1.4. Altitud.....	53
4.1.5. Límites .....	53
4.1.6. Aspecto físico y ecológico.....	54
4.1.7. Hidrografía .....	54
4.1.8. Flora y fauna.....	55
4.1.9. Demografía .....	55
4.2. Tipo y nivel de investigación .....	59
4.3. Unidad de análisis.....	59
4.4. Población de estudio.....	59
4.5. Tamaño de muestra.....	60
4.7. Técnica de recolección de información .....	60
4.8. Técnica de análisis e interpretación de la información .....	60
4.9. Técnica para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas .....	61
CAPÍTULO IV .....	62

RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	62
5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados .....	62
5.1.1. Análisis descriptivo .....	62
5.1.2. Distribución de frecuencia.....	81
5.1.3. Prueba de hipótesis .....	89
5.2. Discusión .....	91
CAPÍTULO V .....	94
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	94
Bibliografía.....	97

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Población total del Distrito de Santiago .....	55
<b>Tabla 2.</b> Población urbana y rural del Distrito de Santiago-2017 .....	56
<b>Tabla 3.</b> Población censada por área urbana, rural y sexo según edades .....	56
<b>Tabla 4.</b> Población por grupos de edad.....	57
<b>Tabla 5.</b> Densidad poblacional por distrito.....	58
<b>Tabla 6.</b> Presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE del Distrito de Santiago .....	62
<b>Tabla 7.</b> Presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE según distritos.....	63
<b>Tabla 8.</b> Presupuesto asignado y ejecutados por inversión PROCOMPITE productores artesanos .....	64
<b>Tabla 9.</b> Inversión PROCOMPITE.....	82
<b>Tabla 10.</b> Transferencia de bienes .....	83
<b>Tabla 11.</b> Transferencia de servicios .....	84
<b>Tabla 12.</b> Competitividad .....	85
<b>Tabla 13.</b> Estrategia de liderazgo en costos.....	86
<b>Tabla 14.</b> Estrategia de diferenciación .....	87
<b>Tabla 15.</b> Estrategia de enfoque .....	88
<b>Tabla 16</b> Prueba de hipótesis general .....	89
<b>Tabla 17</b> Prueba de hipótesis específica 1 .....	90
<b>Tabla 18</b> Prueba de hipótesis específica 2 .....	91

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Localización geográfica del Distrito de Santiago .....	51
<b>Figura 2.</b> Población por grupo de edad.....	57
<b>Figura 3.</b> Porcentaje de inversión asignada al rubro de artesanos y artistas 2014-2018 .....	65
<b>Figura 4.</b> Edad de los encuestados.....	65
<b>Figura 5.</b> Genero de los encuestados .....	66
<b>Figura 6.</b> Nivel de estudio de los encuestados.....	67
<b>Figura 7.</b> Tipo de producción artesanal antes de la inversión PROCOMPITE.....	68
<b>Figura 8.</b> Tipo de producción artesanal después de la inversión PROCOMPITE .....	69
<b>Figura 9.</b> Volumen de producción artesanal antes de la inversión PROCOMPITE....	70
<b>Figura 10.</b> Volumen de producción artesanal después de la inversión PROCOMPITE .....	71
<b>Figura 11.</b> Número de trabajadores en el centro de producción antes de la inversión PROCOMPITE .....	72
<b>Figura 12.</b> Número de trabajadores en el centro de producción después de la inversión PROCOMPITE .....	73
<b>Figura 13.</b> Volumen de ventas por semana antes de la inversión PROCOMPITE .....	74
<b>Figura 14.</b> Volumen de ventas por semana después de la inversión PROCOMPITE.	75
<b>Figura 15.</b> Ingresos económicos percibidos por semana antes de la inversión PROCOMPITE .....	76
<b>Figura 16.</b> Ingresos económicos percibidos por semana después de la inversión PROCOMPITE .....	77
<b>Figura 17.</b> Mercados de distribución antes de la inversión PROCOMPITE.....	78
<b>Figura 18.</b> Mercados de distribución después de la inversión PROCOMPITE .....	79

<b>Figura 19.</b> Canales de comercialización antes de la inversión PROCOMPITE.....	80
<b>Figura 20.</b> Canales de comercialización después de la inversión PROCOMPITE .....	81
<b>Figura 21.</b> Inversión PROCOMPITE .....	82
<b>Figura 22.</b> Transferencia de bienes.....	83
<b>Figura 23.</b> Transferencia de servicios.....	84
<b>Figura 24.</b> Competitividad.....	85
<b>Figura 25.</b> Estrategia de liderazgo en costos .....	86
<b>Figura 26.</b> Estrategia de diferenciación.....	87
<b>Figura 27.</b> Estrategia de enfoque .....	88

## RESUMEN

La presente investigación titulada “**IMPACTO DEL PROCESO DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA DE LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL DISTRITO DE SANTIAGO-PROVINCIA DEL CUSCO-PERIODO 2014-2018**”, tiene como objetivo principal determinar de qué manera ha impactado el proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago. Metodológicamente el estudio es de tipo explicativo, nivel descriptivo; la población y muestra de estudio estuvo conformada por los Agentes Económicos Organizados de la cadena productiva de artesanos del Distrito de Santiago, la técnica de recolección de información utilizada fue la encuesta y el análisis documental. Los resultados de la investigación muestran que durante el periodo de estudio la inversión PROCOMPITE en el sector artesanal representa el 3% de total de la inversión potencial; en cuanto a la variable inversión PROCOMPITE el 84% de los encuestados perciben como regular y respecto a la competitividad el 78% perciben como regular; asimismo, la correlación Rho de Spearman entre las variables es de  $r=0,830$  y  $p=0,010$ ; donde existe correlación directa y significativa entre las variables inversión PROCOMPITE y competitividad.

**Palabras claves:** Inversión PROCOMPITE, competitividad, transferencia de bienes y/o servicios, estrategias de enfoque, diferenciación y liderazgo en costos.

## ABSTRACT

This research titled “IMPACT OF THE PROCESS TO SUPPORT THE PRODUCTIVE COMPETITIVENESS OF ARTISAN PRODUCERS IN THE DISTRICT OF SANTIAGO-PROVINCE OF CUSCO-PERIOD 2014-2018”, has as its main objective to determine how the investment support process has impacted PROCOMPITE in the competitiveness of the Association of Artisans of the District of Santiago. Methodologically, the study is of an explanatory type, descriptive level; The study population and sample were made up of the Organized Economic Agents of the productive chain of artisans of the District of Santiago, the information collection technique used was the survey and documentary analysis. The results of the research show that during the study period, PROCOMPITE investment in the artisanal sector represents 3% of the total potential PROCOMPITE investment; Regarding the PROCOMPITE investment variable, 84% of respondents perceive it as regular and with respect to competitiveness, 78% perceive it as regular; Likewise, Spearman's Rho correlation between the variables is  $r=0.830$  and  $p=0.010$ ; where there is a direct and significant correlation between the variables PROCOMPITE investment and competitiveness.

Keywords: PROCOMPITE investment, competitiveness, transfer of goods and/or services, focus strategies, differentiation and cost leadership.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, no basta con crecer económicamente; es esencial ser competitivos. Una forma de analizar qué hace que un país sea competitivo es evaluar su habilidad para generar prosperidad mediante la eficiente utilización de todos sus recursos disponibles y competencias. En línea con este enfoque, en el año 2023, el Perú se posicionó en el puesto 55 de 64 países en el último Ranking de Competitividad Mundial 2023, elaborado por el Institute Management Development (IMD) de Suiza en Asociación con Centrum PUCP (Centrum PUCP, 2023).

En lo que respecta a la eficiencia del Gobierno, Perú experimentó una mejora en su posición en comparación con el año 2022, ascendiendo del puesto 52 al 50 en el ranking. A pesar de este avance, se observa un retroceso en los aspectos relacionados con las finanzas públicas y el marco social, estos hallazgos sugieren la necesidad de que nuestro país adopte un enfoque más holístico y sostenido para fortalecer su competitividad a nivel nacional (Centrum PUCP, 2023).

En cuanto a la eficacia de los negocios, el registro del puntaje es de 28.6 y la posición relativa es el número 53 dentro de un total de 64 economías evaluadas. Este indicador resalta la importancia de abordar los factores que influyen en este aspecto con el fin de fomentar un entorno empresarial más eficiente y competitivo (Centrum PUCP, 2023).

Con respecto al desempeño económico, el Perú ha sufrido un caída considerable al descender del puesto 40 al 53, lo que representa un retroceso de trece posiciones en semejanza con el año anterior. Este deterioro se atribuye principalmente al limitado avance en el ámbito del comercio internacional y el empleo. Estos resultados subrayan la importancia de continuar fortaleciendo la atracción de inversiones y mantener una estabilidad de precios adecuada; estas medidas son fundamentales para mejorar la posición competitiva de Perú en el ámbito global y para fomentar un crecimiento económico sostenible y equitativo en el país, lo cual es crucial en la actualidad (Centrum PUCP, 2023).

La presente investigación se orienta a determinar de qué manera ha impactado el proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago, es decir se medirá el grado de influencia de la inversión PROCOMPITE sobre la competitividad de los artesanos a través del análisis descriptivo, explicativo. El cual fue desarrollado de la siguiente manera:

**Capítulo I** planteamiento del problema, aborda la situación problemática, formulación del problema, justificación de la investigación, objetivo de la investigación.

**Capítulo II** marco teórico, aborda bases teóricas, marco conceptual, antecedentes empíricos de la investigación, hipótesis de investigación, identificación de variables e indicadores y operacionalización de variables.

**Capítulo III** Metodología, aborda el ámbito de estudio, tipo y nivel de investigación, unidad de análisis, población de estudio, tamaño de la muestra, técnica de recolección de información, técnica de análisis e interpretación de la información, técnica para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis.

**Capítulo IV** resultados y discusión, aborda el procesamiento, análisis, interpretación y discusión de los resultados.

**Capítulo V** conclusión y recomendación. Finalmente se presenta la bibliografía y los anexos.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Situación Problemática

PROCOMPITE, conocido como el Programa de Apoyo a la Competitividad Productiva, representa la principal estrategia prioritaria del Estado, concebida con el propósito de fomentar el desarrollo de iniciativas productivas lideradas por Agentes Económicos Organizados (AEO). Su objetivo fundamental radica en impulsar la competitividad y la sostenibilidad de las cadenas productivas, a través de la implementación de mejoras tecnológicas e innovadoras. Este enfoque abarca el desarrollo, la adaptación, la mejora y la transferencia de tecnología, elementos esenciales para potenciar la eficiencia y la calidad en los procesos productivos (Ministerio de la Producción, 2024).

Este programa fue instituido mediante la Ley N° 29337, el mismo que fue modificada por la Ley 31502 estableciendo así un marco normativo específico para su funcionamiento y desarrollo. Su creación responde a la necesidad de fortalecer la capacidad productiva del país, impulsando la modernización y la innovación en los diferentes sectores económicos. A través de PROCOMPITE, se busca incentivar la generación de propuestas productivas que impulsen el crecimiento económico, la generación de empleo y el desarrollo sostenible en las distintas regiones del territorio nacional. El proceso de implementación comienza con la elección de propuestas productivas (Planes de Negocios), seleccionadas mediante concursos, donde “los Gobiernos Regionales destinan no menos del cinco por ciento (5%) de manera obligatoria y los Gobiernos Locales, pueden destinar hasta el quince por ciento (15%) de manera facultativa los recursos presupuestados para proyectos de inversión con excepción de los recursos de operaciones oficiales de crédito, donaciones y transferencias” (Ministerio de la Producción, 2024).

El fortalecimiento de las cadenas productivas representa un desafío considerable para los tres niveles de gobierno. A pesar de los esfuerzos y del interés manifestado por el Estado mediante varias estrategias e iniciativas para reducir las brechas en el sector productivo, estos no han sido suficientes para obtener resultados significativos que incrementen la competitividad de los pequeños productores rurales y les permitan consolidarse en el mercado, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de sus familias.

A pesar de los avances y las inversiones realizadas en políticas y programas dirigidos a fortalecer las cadenas productivas, persisten desafíos importantes que obstaculizan el pleno desarrollo y la competitividad del sector. “Entre estos desafíos se encuentran la falta de acceso a tecnología adecuada, la limitada capacitación técnica y empresarial, la insuficiente infraestructura y acceso a mercados, así como la falta de coordinación entre los diferentes actores involucrados en el proceso productivo” (Ascencios, 2022).

La importancia de la competitividad es fundamental en la formulación de estrategias para el progreso económico a nivel nacional. La competencia empresarial se define por la habilidad de las compañías para fabricar bienes y ofrecer servicios de manera eficaz, lo que se traduce en una mejora constante tanto en la calidad como en el precio de sus productos, haciéndolos atractivos tanto en el mercado interno como en el internacional. Para lograr esto, es esencial alcanzar niveles altos de eficiencia en la producción, lo que resulta en un incremento en la rentabilidad y en la generación de ingresos en constante aumento (USAID, 2012).

Al promover la competitividad y la sostenibilidad de las cadenas productivas, PROCOMPITE desempeña un papel fundamental en la dinamización de la economía y en la mejora de las condiciones de vida de la población. Su enfoque en la innovación y la tecnología como motores de desarrollo permite potenciar la productividad y la capacidad de respuesta de los agentes económicos, contribuyendo así a la construcción de un tejido productivo más robusto y competitivo a nivel nacional e internacional.

El problema que da inicio al presente trabajo de investigación es aquel que luego de realizar la revisión al estudio del diagnóstico de identificación y priorización de zonas y cadenas productivas, el mismo que tiene la necesidad de promover iniciativas que impulsen el desarrollo económico local y de aplicar la estrategia de apoyo a la competitividad productiva a través de cadenas productivas cuyo marco normativo es la Ley 29337 y la Ley 31502 – Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva comúnmente denominado – Programa PROCOMPITE, asimismo el reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE en ese entonces, dicha problemática está asociada a limitaciones o “cuellos de botella” en el desarrollo del proceso productivo de la producción artesanal tales como: desarrollo, adaptación, mejora o transferencia tecnológica, tecnificación, estandarización, posicionamiento, tiempos y costos de producción, identificación de fallos de mercado (competencia imperfecta, externalidades, asimetría de información, bienes públicos) así como roles asociativos de los Agentes Económicos Organizados (artesanos) del distrito de Santiago - Cusco, quienes han sido beneficiados por dicho programa en el periodo 2013 – 2014, con ámbito de influencia en la zona urbana y peri urbana del distrito de Santiago, Provincia y Región de Cusco.

La Ley 29337: “Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva” fue promulgada el 27 de marzo del año 2009, el cual comprende de cinco (05) artículos y dos (02) disposiciones complementarias, por otro lado, a través del Decreto Supremo N° 01 – 2021 – PRODUCE de fecha 20 de enero del año 2021 se aprueba el reglamento vigente de Ley 29337, “Ley que establece disposiciones para apoyar la Competitividad Productiva”, la misma que contempla cuatro (04) títulos, tres (03) capítulos, treinta y siete (37) artículos, una (01) Disposición Complementaria Final, y una (01) Disposición Complementaria Transitoria.

La Gerencia de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Distrital de Santiago – Cusco el año 2013 inicia con los procesos de creación de un PROCOMPITE en el marco de

la Ley 29337 en la cadena productiva de artesanía en los sub sectores de cerámica y joyería, luego de una identificación y cumplimiento de diferentes variables de evaluación orientado a las dimensiones sociales, económicas, empresariales, territoriales y políticas, por ello a través de Acuerdo de Concejo Municipal N° 022-2012-MDS se aprueba un monto presupuestal equivalente de hasta el diez (10%) de recursos presupuestales para los gastos dirigidos a proyectos de inversión con el fin de apoyar iniciativas de apoyo a la competitividad productiva, ello en cumplimiento al artículo 4° de la Ley 29337 con la finalidad de llevar adelante el proceso de concurso y posteriormente el cofinanciamiento de las iniciativas de apoyo a la competitividad productiva.

Es así que, por Resolución de Alcaldía N° 335-A/MDS-SG-12 la Asociación de Artistas y Artesanos Productores del Distrito de Santiago han sido cofinanciados por un monto total de S/. 300,000.00 (trescientos mil con 00/100 soles) y S/. 329,900.00 (trescientos veinte nueve mil novecientos con 00/100 soles) para la Asociación de Artistas y Artesanos “SUMAQ PACHA” y la Asociación de Joyeros Orfebres “SANTISUYU” respectivamente, cuyos componentes de ejecución se contempla en las Propuestas Productivas y/o Planes de Negocio.

Para generar inversión pública orientado a impulsar e incentivar el desarrollo económico con el objeto de mejorar la competitividad productiva bajo el enfoque de apoyo a iniciativas de cadenas productivas potenciales de un determinado territorio (dimensión territorial), asociado a identificar el entorno de la cadena productiva, restricciones productivas o “cuellos de botella” y/o fallos de mercado que obstaculizan el normal desarrollo y desenvolvimiento del proceso productivo para ello encontramos problemas preliminares, los cuales se ha integrado y seleccionado con el nombre de: Retención de excedentes, Estandarización, Posicionamiento y Articulación al mercado.

Este problema se encuentra formando parte de la problemática que afecta la competitividad de las cadenas productivas en el sub sector producción de artesanía (zonas y

sectores económicos) capaz de dinamizar el desarrollo económico y la generación de empleo, el cual está asociado con otros problemas tales como: Inadecuados procesos de producción, asimetría de información, desconocimiento de criterios de calidad, débil estandarización de productos, competencia imperfecta, externalidades, inadecuada prestación de servicios públicos, innovación tecnológica, valor agregado.

## **1.2. Formulación del problema**

### **a. Problema general**

¿De qué manera ha impactado el proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago?

### **b. Problema específico**

- ¿De qué manera las transferencias de bienes por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago?
- ¿De qué manera las transferencias de servicios por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago?

## **1.3. Justificación de la investigación**

### **a. Justificación práctica**

Desde un enfoque práctica, el proyecto de investigación se fundamenta en la utilización de conocimientos tanto prácticos como teóricos de las variables de inversión PROCOMPITE y competitividad de los Agentes Económicos Organizados. Así también, los resultados obtenidos de la investigación permitirán que los ciudadanos adquieran conocimientos sobre el proceso de implementación PROCOMPITE impulsado por los Gobiernos Regionales y Locales para mejorar la competitividad y desarrollo de su localidad. Por otro lado, la investigación generará

información que podría ser utilizada por los gobiernos del Estado y generar políticas públicas en beneficio de la población.

**b. Justificación metodológica**

La justificación de la metodología del proyecto de investigación radica en la aplicación rigurosa de métodos científicos. Estos métodos son fundamentales para garantizar la correcta ejecución del procedimiento de investigación y para demostrar la validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados en la recolección de datos, lo que conlleva a la obtención de resultados fiables y sólidos

**c. Justificación social**

El proyecto de investigación se justifica socialmente por el aporte de los resultados y recomendaciones de la investigación, el cual servirá para conocimiento y toma de medidas en mejora del proceso de apoyo de las inversiones PROCOMPITE por los decisores políticos para mejorar la competitividad de los Agentes Económicos Organizados.

**1.4. Objetivo de la investigación**

**a. Objetivo general**

Determinar de qué manera ha impactado el proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.

**b. Objetivo específico**

- Determinar de qué manera las transferencias de bienes por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.
- Determinar de qué manera las transferencias de servicios por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Bases teóricas**

##### **2.1.1. Ventaja Competitiva según Michael Porter**

Michael Eugene Porter es reconocido como el padre de la estrategia corporativa y es considerado entre los economistas más respetados y célebres a nivel mundial. Según el Instituto de Estudios Bursátiles (2022), Es autor de 18 libros, muchos de ellos publicados en todo el mundo, y de muchísimos artículos académicos; uno de sus últimos éxitos editoriales fue las cinco fuerzas competitivas que modelan la estrategia.

Desde su primera obra Porter planteaba que la esencia de la formulación de estrategias es lidiar con la competencia y afirmaba que, para ello, la lucha por la participación en el mercado la competencia no se da solo entre las empresas competidoras en la misma rama o sub sector. Con ello muestra que su definición de competencia es mucho más extensa, abarcando fuerzas competitivas o rivales que van más allá, incluyendo también a proveedores, clientes, entrantes potenciales y productos que son sustitutos.

Según Michael Porter (1980), “la ventaja competitiva se refiere a la capacidad de una empresa para destacarse en su industria y generar un rendimiento superior al promedio en comparación con sus competidores”. Porter ha destacado la importancia del valor de la información, señalando que frecuentemente este recurso es subestimado en comparación con su verdadero potencial. En este sentido, sugiere que la información debe ser considerada como un recurso vital que cada organización podría y debería aprovechar en su área de actividad empresarial.

##### **2.1.2. Estrategias competitivas de Porter**

Michael Porter distingue entre tres estrategias genéricas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. “Estas estrategias pueden ser empleadas de manera individual o

combinadas, con el propósito de establecer una ventaja competitiva sostenible a largo plazo sobre otras empresas” (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

**Estrategia de liderazgo en costos:** Este enfoque implica convertirse en el productor más económico dentro de una determinada industria. Las empresas que exploran liderazgo en costos se esmeran por reducir sus costos de producción y operativos al máximo, lo que les permite ofrecer precios más bajos que sus competidores y así atraer a un amplio segmento de clientes. El objetivo es ganar una cuota de mercado significativa mediante precios competitivos, manteniendo márgenes de beneficio aceptables (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

Para lograr el liderazgo en costos, es fundamental implementar un control riguroso con informes de control frecuente y detallado, así como mantener una organización altamente estructurada. Se requiere establecer un sistema de incentivos que esté orientado a alcanzar objetivos cuantificables. Es esencial realizar inversiones constantes en tecnología, procesos y recursos humanos para optimizar la eficiencia y reducir los costos de producción. Además, se necesita una supervisión minuciosa de todas las operaciones y un sistema de distribución que sea eficiente y económico (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

Las empresas que siguen esta estrategia suelen estar constantemente revisando y mejorando sus procesos productivos para poder ajustar sus precios en relación con los de la competencia. Esto implica una atención continua a la innovación y la búsqueda de formas de reducir los costos sin comprometer la calidad del producto o servicio ofrecido. En resumen, el liderazgo en costos requiere un enfoque disciplinado, una gestión eficiente de recursos y una cultura organizacional orientada a la mejora continua para mantener una ventaja competitiva en el mercado (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

**Estrategia de diferenciación:** La estrategia de diferenciación implica proporcionar productos o servicios que los consumidores perciban como exclusivos o distintivos. Las empresas que siguen esta estrategia buscan destacarse en algún aspecto valorado por los

clientes, como la tecnología, el diseño, la calidad, la imagen de marca y el servicio al cliente. Esto les permite cobrar precios más altos que sus competidores y generar lealtad entre los clientes que valoran esas características diferenciales (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

Las empresas que optan por la estrategia de liderazgo en costos deben estar atentas a las necesidades de los consumidores para poder satisfacerlas de manera efectiva. Aunque su enfoque principal está en reducir los costos, no pueden descuidar la calidad y la satisfacción del cliente. Es crucial entender las preferencias y exigencias del mercado para ajustar sus procesos y productos de acuerdo con ellas (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

Además, estas empresas deben estar al tanto de las estrategias adoptadas por sus competidores. Esto les permite identificar oportunidades para diferenciar sus productos y servicios de manera significativa. La diferenciación puede surgir no solo en términos de precios, sino también en aspectos como la calidad, el servicio al cliente, la innovación o la conveniencia. Al mantenerse conscientes de las acciones de la competencia, las empresas pueden encontrar formas de destacarse y mantener una ventaja competitiva en el mercado (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

**Estrategia del enfoque:** Es enfocarse en un segmento particular del mercado o grupos de clientes en particular, y complacer sus necesidades de manera más efectiva que los competidores que tratan de atender a todo el mercado. Esta estrategia puede adoptar dos formas: enfoque en diferenciación y enfoque en costos. En el enfoque en costos, la empresa busca convertirse en el productor de menor costo dentro de su segmento objetivo. En el enfoque en diferenciación, la empresa explora diferenciarse en aspectos valorados por su segmento objetivo (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

Las estrategias de enfoque demuestran su eficacia cuando los consumidores tienen preferencias o necesidades específicas, y cuando no hay una competencia directa por parte de otras empresas en el mismo segmento de mercado. En este sentido, las empresas que adoptan

esta estrategia se centran en satisfacer las demandas particulares de un nicho de mercado, ofreciendo productos o servicios que se ajusten a esas necesidades específicas (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

Aunque estas empresas no descuidan los costos, ya que aún son un factor importante para mantener la rentabilidad, no son su principal objetivo. En lugar de eso, se centran en la calidad y la diferenciación para satisfacer las exigencias del segmento de mercado al que se dirige. Para tener éxito con esta estrategia, es necesario una fuerte coordinación entre las áreas de investigación y desarrollo (I+D) y el desarrollo del producto, así como con la comercialización. Esto garantiza que los productos o servicios ofrecidos estén alineados con las demandas del mercado objetivo (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

Además, dado que los objetivos de estas empresas pueden ser más cualitativos que cuantitativos, los controles y los incentivos pueden ser más subjetivos y no necesariamente basados en métricas numéricas. Esto puede incluir evaluaciones de satisfacción del cliente, percepciones de calidad, o indicadores cualitativos de desempeño (Porter, Estrategias competitivas, 2008).

### **2.1.3. Cinco fuerzas competitivas de Porter**

**1. El poder de negociación de los clientes.** - depende, entre otros aspectos, de lo siguiente: si los clientes compran en grandes volúmenes, si los productos son estándares o diferenciados, de su margen de ganancia, de que tan importantes es el producto adquirido como del producto final que los clientes venden y de que tan factible sea que los clientes se integren hacia atrás y produzcan ellos mismos los productos que compran (Porter, 2008).

Evalúa el grado de influencia que tienen los compradores sobre las empresas dentro de la industria. Si los compradores tienen un fuerte poder de negociación, pueden exigir precios más bajos o mayores niveles de calidad, lo que también puede reducir la rentabilidad de las empresas (Porter, 2008).

**2. El poder de negociación de los proveedores.** - este poder surge, entre otros factores, de la cantidad de empresas en el mercado (nivel de concentración), del costo de cambiar de proveedor (costos fijos en el que incurre el cliente) y de la capacidad para integrar hacia adelante y competir con la industria (Porter, 2008).

Examina el grado de influencia que tienen los proveedores sobre las empresas dentro de la industria. Si los proveedores tienen un fuerte poder de negociación, pueden imponer precios más altos o condiciones menos favorables, lo que afecta la rentabilidad de las empresas (Porter, 2008).

**3. Los entrantes potenciales.** - las principales barreras que tienen las empresas para la introducción de nuevos productos en el mercado son las económicas de escala, diferenciación de productos, requerimientos de capital, desventajas de costos, acceso a los canales de distribución y políticas gubernamentales (Porter, 2008). Cuando las barreras de entrada son mínimas, como bajos costos iniciales o una falta de regulaciones restrictivas, aumenta la probabilidad de que nuevos competidores ingresen al mercado. Este incremento en la competencia potencial puede resultar en una disminución de la rentabilidad de la industria.

**4. Los productos o servicios sustitutos.** - los productos sustitutos establecen un nuevo techo a los precios que se pueden cobrar, limitando el potencial de la industria (Porter, 2008).

Analiza la posibilidad de que los consumidores opten por productos o servicios alternativos fuera de la industria. Si existen sustitutos cercanos disponibles, puede haber presión sobre los precios y la rentabilidad de la industria, ya que los consumidores pueden cambiar fácilmente a otras opciones.

**5. La rivalidad entre las empresas.** - entre otros factores, la rivalidad es mayor cuando hay muchos competidores de tamaño y poder semejante, el crecimiento de la industria es lento, el producto o servicio es poco diferenciado y las barreras de salida son altas (Porter, 2008).

Evalúa el grado de competencia y rivalidad entre las empresas ya establecidas en la industria. Cuanto más intensa sea esta rivalidad, menor será la rentabilidad potencial de la industria, ya que las empresas pueden estar constantemente compitiendo en precios, innovación, marketing y otros aspectos para ganar participación de mercado (Porter, 2008).

#### **2.1.4. Sistema Económico**

Según exponen Carlos Ochando y J. Nácher, en la obra colectiva titulada Elementos básicos de Economía (1996), un sistema económico “es una forma de organizar el trabajo necesario para sobrevivir que adopta el conjunto de una sociedad y cuya presencia afecta a todos los ámbitos de la vida individual y colectiva”. En consecuencia, cada sistema económico surge de una elección entre valores, normas e instituciones que organizan de manera específica las relaciones entre los agentes que participan en la economía.

Un sistema económico se conforma por las estructuras de producción, distribución y consumo de bienes y servicios, y su interacción con el entorno natural, así como con el contexto social, institucional y político de una sociedad.

Según Albuquerque (2018), todo sistema económico debe responder a los principales interrogantes básicos de la economía que son los siguientes:

- ¿Qué y cuánto producir?
- ¿Cómo producir? Desde el punto de vista técnico (combinación eficiente de los recursos), medioambiental (alternativas coherentes con las exigencias de la sostenibilidad ambiental) y en relación con la calidad de las relaciones sociales de producción (tipo de contratación de la mano de obra, uso de mano de obra infantil, entre otros).
- ¿Dónde producir? Es decir, la ubicación territorial de las actividades productivas.

- ¿Para quién producir? Se refiere a la forma en que se distribuye el ingreso a nivel personal y territorial (es decir, entre diferentes grupos sociales y hogares, por un lado, y entre diversas regiones o territorios, por otro), así como a la distribución de los productos según los distintos tipos de consumo (por ejemplo, bienes de consumo básico o bienes de lujo).

### **2.1.5. Desarrollo Económico Territorial.**

Según la Guía de Aprendizaje sobre Integración Productiva y Desarrollo Económico Territorial – FOMIN el desarrollo económico territorial es “un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a partir del aprovechamiento de los recursos y ventajas competitivas locales, en el contexto actual de la globalización, con el objetivo final de estimular la actividad económica y la creación de empleo e ingreso” (Machacuay, 2009)

Elorrieta et al. (2007), es la transformación y mejoramiento de las economías locales a partir del fortalecimiento de la competitividad de los sub sectores o conglomerados económicos potenciales del territorio, la consolidación de redes socioeconómicas de cooperación y competencia y la implementación de mecanismos de retención de excedentes de economía local.

La responsabilidad de este proceso recae en la municipalidad, así como en los propietarios o gestores de las unidades económicas, quienes colaboran de manera coordinada con otros actores locales. Esta colaboración tiene como objetivo generar sinergias económicas y aprovechar las ya existentes, con el fin de crear un entorno propicio para el crecimiento económico a nivel local.

## **2.1.6. Barreras para el desarrollo Económico Local**

### **a. Baja competitividad**

El deterioro progresivo de la competitividad en las áreas económicas que involucran a la mayoría de la población conlleva una serie de consecuencias adversas, como la escasez de empleo de calidad, ingresos irregulares y bajos, informalidad en las relaciones laborales y fiscales, declive en la calidad de los servicios públicos, disminución de los ingresos fiscales, inseguridad financiera y otros desafíos afines (Elorrieta et al., 2007).

Estas condiciones generan un ciclo perpetuo de pobreza, donde la falta de competitividad contribuye a su propagación y, a su vez, la pobreza impacta negativamente en el desarrollo de la competitividad en los sectores económicos.

Los impactos de esta situación se reflejan claramente en la dinámica económica nacional, donde gran parte de la población depende de pequeñas actividades económicas. Estas actividades, debido a la limitada inversión de capital, la falta de tecnología avanzada y la baja capacitación de la fuerza laboral, tienen una productividad muy limitada que las coloca en desventaja frente a los productos provenientes de países con una mayor eficiencia productiva (Elorrieta et al., 2007).

### **b. Desarticulación entre los agentes locales**

La falta de coordinación entre el Estado y los diversos actores de la sociedad ha resultado en actitudes paternalistas y proteccionistas hacia ciertas actividades económicas. Estas actividades, que se han expandido utilizando los recursos del país, en su mayoría no han demostrado un interés genuino en analizar y seguir el camino hacia el desarrollo de su competitividad. Esta relación desarticulada entre Estado y agentes económicos se fueron evidenciando progresivamente en cuanto a la incapacidad para responder a un sistema económico internacional cada vez más exigente y competitivo, y sobre todo, para corresponder

adecuadamente a las crecientes demandas de la población por una mejor situación económica (Elorrieta et al., 2007).

Por lo tanto, las reformas diseñadas para promover el desarrollo económico deben ser encabezadas por el Estado y enfocarse particularmente en el complejo proceso de transformación política y socio institucional del país. Estas reformas deben abarcar una revisión de los roles y la dinámica de interacción establecidos con los actores del sector privado que lideran actividades económicas para el mercado o influyen en su funcionamiento. Esto implica tanto a instituciones que innovan y difunden tecnología como a entidades dedicadas a fomentar el desarrollo.

### **c. Patrones de destino y aplicación de las utilidades obtenidas**

La tercera barrera para el desarrollo económico local radica en los patrones inadecuados de asignación y uso de las ganancias generadas por las actividades económicas que logran cierto nivel de competitividad (Elorrieta et al., 2007).

La falta de atención oportuna por parte de los organismos multilaterales hacia los factores no comerciales que afectan el desarrollo de los países, junto con la incapacidad del mercado para enfrentar estos factores, reflejan el reconocimiento de las limitaciones que impiden que la búsqueda de ganancias logre romper el ciclo negativo de atraso y subdesarrollo.

En este sentido, el enfoque no debe limitarse únicamente al aumento del número de actividades capaces de generar excedentes de manera sostenida, es decir, de alcanzar niveles de productividad competitivos. También es crucial preocuparse por establecer mecanismos que, al fomentar la libre competencia y la competitividad, contribuyan a retener y hacer circular estos excedentes dentro de la economía del país. Además, es importante que esta retención y circulación se realice de manera descentralizada y desconcentrada dentro del país.

Para enfrentar las barreras mencionadas se requiere tres estrategias complementarias (Elorrieta et al., 2007):

- El fortalecimiento de la competitividad de los subsectores o conglomerados económicos estratégicos establecidos en el ámbito local.
- La implementación de sistemas y prácticas que promuevan la retención y el flujo de excedentes dentro del ámbito local
- La coordinación entre actores locales cuyas acciones o inacciones afectan los procesos de desarrollo de la competitividad sectorial y la acumulación territorial.

### **2.1.7. PROCOMPITE**

Mendoza (2016), PROCOMPITE es una estrategia prioritaria del Estado que permite promover la ejecución de los planes de negocio, mediante el cofinanciamiento de adaptación, mejora o transferencia de tecnología, así como transferencia de equipos, maquinaria, infraestructura, insumos y materiales en beneficio de Agentes Económicos Organizados (AEO), exclusivamente en zonas en donde la inversión privada sea insuficiente para lograr el desarrollo competitivo y sostenible de la cadena productiva.

#### **2.1.7.1. Identificación y priorización de propuestas productivas**

En el marco de la Ley 29337, las iniciativas de apoyo a la competitividad productiva a cargo de los GR y GL deben responder a lo siguiente:

- a) Los GR y GL, mediante acuerdo de Consejo regional o Concejo Municipal, tienen la facultad de asignar hasta un máximo del diez por ciento (10%) de los recursos presupuestados para cubrir gastos relacionados con proyectos, con la excepción de los fondos provenientes de fuentes de financiamiento como operaciones oficiales de crédito, donaciones y transferencias (PRODUCE, Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE, 2021).
- b) De los recursos mencionados anteriormente, se podrá destinar hasta un máximo del 10% del monto total asignado a cada programa PROCOMPITE para cubrir los costos asociados a la gestión de las fases de autorización, implementación y ejecución, así

como para la liquidación y cierre del programa PROCOMPITE. Esto incluye las actividades relacionadas con la selección y seguimiento de las propuestas productivas (PRODUCE, Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE, 2021).

- c) Las iniciativas de Apoyo a la Competitividad Productiva pueden ser aprobadas por un período máximo de dos (2) años por las oficinas de programación multianual e inversiones (OPMI) de los GR y GL, o las que hagan a sus veces, siempre y cuando exista una justificación técnica que demuestre que los beneficios superan la inversión, los costos de operación y mantenimiento, y que se contemple la contribución de los grupos beneficiarios (PRODUCE, Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE, 2021).
- d) Los GR y GL deberán informar, dentro de un plazo máximo de quince (15) días hábiles al Ministerio de la Producción sobre las iniciativas de Apoyo a la Competitividad Productiva que autoricen (PRODUCE, Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE, 2021).

La principal estrategia del Estado para fomentar los planes de negocios se centra en el establecimiento, expansión o mejora de empresas que sean competitivas, rentables, sostenibles y respetuosas del medio ambiente. Esto se logra mediante la adopción de avances tecnológicos e innovaciones para aumentar la competitividad y la sostenibilidad, con el objetivo de contribuir al desarrollo económico a nivel local y regional.

La estrategia incluye la oferta de subsidios no reembolsables para iniciativas productivas mediante la transferencia de bienes y servicios de capital, como infraestructura, maquinaria y equipos, así como insumos, materiales y servicios necesarios para su instalación. Este respaldo está dirigido especialmente a los Agentes Económicos Organizados (AEO) en áreas donde la inversión privada no es adecuada para lograr un desarrollo competitivo y sostenible para estas organizaciones.

### **2.1.7.2. PROCOMPITE como instrumento**

“La transferencia de bienes y servicios, financiada con los recursos de PROCOMPITE, se complementa con los aportes del AEO, con el fin de cubrir la inversión total necesaria para las propuestas productivas destinadas a mejorar la competitividad” (PRODUCE, Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE, 2021).

Los Gobiernos Regionales (GR) y los Gobiernos Locales (GL) tienen la responsabilidad de llevar a cabo la estrategia de fomento PROCOMPITE. Esto implica gestionar los recursos, llevar a cabo procesos de concurso para financiar propuestas productivas, ejecutar las inversiones y brindar apoyo operativo hasta lograr la consolidación empresarial.

“PRODUCE es responsable de dar soporte a los GR y GL en la ejecución de la estrategia de fomento PROCOMPITE; a su vez es responsable de la evaluación anual de impacto” (PRODUCE, Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE, 2021).

El programa PROCOMPITE no entrega fondos monetarios directos a los beneficiarios ni se hace cargo de gastos operativos o de mantenimiento en ningún aspecto. Además, no financia la compra de vehículos ni la adquisición de terrenos.

Para cumplir con esta responsabilidad, los Gobiernos Regionales y Locales pueden destinar hasta el diez por ciento (10%) de los recursos presupuestados para los proyectos, excluyendo aquellos provenientes de operaciones de crédito oficial, donaciones y transferencias. Este porcentaje se calcula sobre la base del Presupuesto Institucional Modificado (PIM) de la entidad pública.

### **2.1.7.3. Rubros que pueden ser financiados por PROCOMPITE**

A continuación, se proporciona una descripción de los rubros que pueden financiarse con los planes de negocio en términos de complementar la insuficiencia de inversión privada de los AEO y lo establecido por el Reglamento de la Ley: Los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales pueden cofinanciar planes de negocio mediante el desarrollo, adaptación,

mejora o transferencia de tecnología, como son: transferencia de equipos, maquinaria, infraestructura, insumos, materiales y servicios (PRODUCE, 2021).

### **Rubros de desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología**

- a) Infraestructura: Conjunto de recursos técnicos, servicios e instalaciones indispensables para llevar a cabo una actividad productiva o para habilitar un espacio con ese propósito, con el objetivo de mejorar la competitividad productiva de los Agentes Económicos Organizados (AEO).
- b) Maquinaria: Conjunto de artefactos manufacturados compuestos por varias piezas ensambladas que se emplean para facilitar o llevar a cabo una tarea específica, típicamente convirtiendo energía en movimiento o trabajo. La maquinaria debe ser utilizada con un propósito definido para mejorar la competitividad productiva de los Agentes Económicos Organizados (AEO).
- c) Equipos: Conjunto de recursos indispensables para llevar a cabo una actividad productiva, enfocado en mejorar la competitividad de los Agentes Económicos Organizados (AEO).
- d) Insumos y materiales: Todos los elementos utilizados en la producción de bienes y servicios, incluyendo bienes intermedios necesarios para generar otros bienes que serán consumidos directamente. Los insumos y materiales financiados por la Propuesta Productiva están relacionados con aquellos que pueden tener restricciones en el mercado, como la escala mínima de adquisición, la falta de producción local, o la necesidad de importación.
- e) Servicios: Conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología. Estas actividades están enfocadas en asegurar una transferencia adecuada para la instalación y operación

eficiente de infraestructura, maquinaria, equipo, así como en el manejo de insumos y materiales.

**Rubros de innovación:**

- a) Transferencia tecnológica: Iniciativas dirigidas a implementar un conjunto de acciones que promuevan el desempeño comercial de los Agentes Económicos Organizados (AEO), utilizando los resultados de investigación generados por universidades, institutos, centros de investigación y empresas relacionadas con la cadena productiva. El objetivo es mejorar la eficiencia empresarial.
- b) Iniciativas orientadas a la introducción de software de innovación, el cual está relacionado con:
- Herramientas de vigilancia tecnológica: sirven a los AEO para conocer las últimas tendencias tecnológicas en relación con su actividad productiva.
  - Herramientas de gestión de patentes: Ayudan a mantener un registro de todas las patentes en las que los Agentes Económicos Organizados (AEO) están trabajando o que han adquirido.
  - Herramientas de gestión de ideas: Facilitan la recolección y gestión de ideas de los Agentes Económicos Organizados (AEO) y sus asociados, con el fin de convertirlas en innovaciones.
  - Herramientas de gestión de conocimiento: Se documenta el conocimiento interno de los Agentes Económicos Organizados (AEO) para sistematizarlo y estudiarlo más adelante, con el fin de identificar su aplicación en nuevas ideas de negocio y/o productos.
- c) Innovación técnica: Iniciativas dirigidas a la implementación de nuevos productos y servicios, procesos innovadores, nuevas fuentes de suministro y cambios organizacionales orientados hacia los clientes, consumidores o usuarios.

- d) Iniciativas destinadas a transformar el modelo de negocios de los Agentes Económicos Organizados (AEO), con el objetivo de mejorar la eficiencia en la generación de ingresos y la gestión de costos, enfocándose en la creación de valor para los clientes y la obtención de beneficios. Estas iniciativas buscan alterar de manera significativa estos elementos o la forma en que están interconectados.

#### **2.1.7.4. Consideraciones para una iniciativa PROCOMPITE**

Antes de la autorización de PROCOMPITE, mediante un Acuerdo del Concejo Regional o Municipal, el Gobierno Regional (GR) o el Gobierno Local (GL), según corresponda, determina el monto que se destinará al cofinanciamiento de las propuestas productivas que se presenten bajo su amparo (PRODUCE, 2021). Este monto no puede superar de hasta el 15% de los recursos presupuestados para los gastos de proyectos, exceptuando los fondos provenientes de operaciones de crédito oficial, donaciones y transferencias. Este porcentaje se basa en el Presupuesto Institucional Modificado (PIM) de la entidad pública.

De los recursos mencionados anteriormente, se podrá destinar hasta un 10% del monto total asignado a cada PROCOMPITE para la gestión de las fases de autorización, y la implementación del programa, incluyendo las acciones relacionadas con la convocatoria, selección y seguimiento, así como consolidar la liquidación y cierre de la PROCOMPITE.

Categorías de las iniciativas PROCOMPITE:

- a) Categoría A: Dirigida a los AEO integradas por un mínimo que desarrollan negocios en cualquiera de las cadenas productivas priorizadas, los cuales pueden acceder a un cofinanciamiento no menor de S/. 80,000.00 (ochenta mil y 00/100 soles) y no mayor de S/. 160,000.00 (ciento sesenta mil 00/100 soles) por Plan de Negocio. Los AEO aportan una contrapartida total no menor del 20% del monto total del plan de negocio conformada por una contrapartida monetaria no menor del 5% (PRODUCE, 2021).

- b) Categoría B: Dirigida a los AEO en sus diferentes modalidades de organización, constituida bajo la forma de personas jurídicas que acreditan, al menos, un año de existencia y que desarrollan negocios en cualquiera de las cadenas productivas priorizadas a fin de acceder a un monto de cofinanciamiento no menor de S/. 80,000.00 (ochenta mil y 00/100 soles) y no mayor de S/. 350,000.00 (trescientos cincuenta mil 00/100 soles) por Plan de Negocio. Los AEO aportan una contrapartida total no menor del 30% del monto total del plan de negocio conformada por una contrapartida monetaria no menor del 10% (PRODUCE, 2021).
- c) Categoría C: Dirigida a los AEO conformada por un mínimo de veinte miembros que desarrollan negocios en cualquiera de las cadenas productivas priorizadas, que acrediten, al menos, un año de existencia y ventas anuales no menor de 5 UIT y no mayor de 1000 UIT, a fin de acceder a un monto de cofinanciamiento no menor de S/. 100,000.00 (cien mil y 00/100 soles) y no mayor de S/. 1'000,000.00 (un millón 00/100 soles) por Plan de Negocio. Los AEO aportan una contrapartida total no menor del 50% del monto total del plan de negocio conformada por una contrapartida monetaria no menor del 20% (PRODUCE, 2021).

Sobre el destino del cofinanciamiento de las iniciativas de Apoyo a la Competitividad Productiva:

- a) Los GR y GL pueden cofinanciar planes de negocio mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología; pueden considerar la transferencia de equipos, maquinaria e infraestructura orientado a la mejora tecnológica e innovación (PRODUCE, 2021).
- b) El monto de cofinanciamiento de un plan de negocio se determinará de acuerdo a los límites siguientes (PRODUCE, 2021):

- En las PROCOMPITE de la Categoría A: Hasta el 80% del monto de inversión total podrá ser cofinanciado por el GR o GL. El saldo del monto de inversión total corresponderá ser financiado por los AEO (PRODUCE, 2021).
  - En las PROCOMPITE de la Categoría B: Hasta el 70% del monto de inversión total podrá ser cofinanciado por el GR o GL con un cofinanciamiento de hasta 350,000.00 soles; el saldo del monto de inversión total corresponderá ser financiado por los AEO (PRODUCE, 2021).
  - En las PROCOMPITE de Categoría C: Hasta el 50% del monto de inversión podrá ser cofinanciada por el GR o GL con un cofinanciamiento de hasta 1'000,000.00 (un millón de soles), el saldo del monto de inversión total corresponde a ser financiado por los AEO (PRODUCE, 2021).
- c) Los GR y GL podrán destinar, como máximo, el 90% de los recursos según Reglamento de la Ley, para el cofinanciamiento de planes de negocio que correspondan al programa PROCOMPITE (PRODUCE, 2021).

## 2.2. Marco Conceptual

**Acuerdos de Cofinanciamiento.** – “Es el acta que de manera voluntaria suscriben el Gobierno Regional o Local y el AEO, donde se declara la intención de colaboración conjunta y se establece las responsabilidades, compromisos, prohibiciones, y condiciones de la ejecución y operación del Plan de Negocio” (Ley N° 29337, 2021).

**Cofinanciamiento.** - “Aporte en bienes y/o servicios que, dentro de los costos de inversión total del Plan de Negocio, serán otorgados por el gobierno Regional o Local para financiar el Plan de Negocio, de acuerdo a lo señalado en el artículo 9° del D.S N° 01-2021-PRODUCE” (Ley N° 29337, 2021).

**Análisis Costo - Beneficio.** –“Es la evaluación que se realiza para identificar, cuantificar y valorar tanto los costos como los beneficios pertinentes generados por la

implementación de una iniciativa de apoyo a la competitividad productiva” (Ley N° 29337, 2021).

**Análisis de Rentabilidad.** -Es la evaluación de resultados económicos realizados sobre la base de estudios financieros proyectados del Plan de Negocio (Ley N° 29337, 2021).

**Agente Económico Organizado (AEO).**-Unidad económica formalmente constituida bajo cualquier modalidad de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente y, que tenga entre sus fines desarrollar actividad productiva y/o empresarial (Ley N° 29337, 2021).

**Contrapartida.** -“Aporte de los beneficiarios que, dentro de los costos de inversión total del Plan de Negocio, serán aportados de forma obligatoria mediante recursos monetarios y no monetarios. Los recursos no financieros están constituidos por valorizaciones de mano de obra, infraestructura, equipos, bienes y servicios, de los que disponen los beneficiarios para el Plan de Negocio; los recursos financieros corresponden a los aportes dinerarios y/o monetarios destinados a la adquisición de bienes y/o servicios como parte de la inversión del Plan de Negocio” (Ley N° 29337, 2021).

**Derecho de Propiedad Intelectual.**-“Son aquellos derechos las creaciones a través de patentes de invención, patentes de modelo de utilidad, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados, los signos distintivos, a través de marcas de productos, y de servicios, marcas colectivas, marcas de certificación, nombres comerciales, lemas comerciales, y denominación de origen, los derechos de autor, y nuevas variedades vegetales, a través de los certificados de obtentor, que pueden constituir activos intangibles de los beneficiarios” (Universidad Femenina del Sagrado Corazón, 2019).

**Beneficiarios.** -“Agentes Económicos Organizados (AEO) que reciben cofinanciamiento del Gobierno Regional o Local para la ejecución del Plan de Negocio” (Ley N° 29337, 2021).

**Cadena Productiva.** –“Sistema que agrupa a los actores económicos interrelacionados por el mercado y que participan articuladamente en actividades que generan valor, alrededor de un bien o servicio, en las fases de provisión de insumos, producción, conservación, transformación, industrialización, comercialización y el consumo final en los mercados internos y externos” (Ley N° 29337, 2021).

**Comité Evaluador.** –“Instancia del proceso concursable que se encarga de revisar, evaluar y seleccionar los Planes de Negocio presentadas por los agentes económicos organizados” (Ley N° 29337, 2021).

**Informe de Autorización.** –“Documento suscrito por la oficina de programación multianual de inversiones, o quien haga sus veces, del Gobierno Regional o Local, que autoriza las cadenas priorizadas para la implementación de PROCOMPITE” (Ley N° 29337, 2021).

**Informe de Priorización de Cadenas Productivas.** –“Documento de sustento para la Autorización de PROCOMPITE en el cual se identifica y prioriza cadenas productivas dentro del territorio de cada Gobierno Regional o Local” (Ley N° 29337, 2021).

**Competitividad.** –“Capacidad de una nación para crear y mantener un entorno que sustenta la creación de mayor valor para sus empresas y mayor prosperidad para su población” (Ley N° 29337, 2021).

**Competitividad Productiva.** –“El concepto competitividad se relaciona con el sistema productivo desde la visión de los distintos actores que lo conforman. Es a partir de estos intereses que los productores agropecuarios, industriales y prestadores de servicios, sean estos exportadores o no, son objeto de la política pública con el propósito mejorar la eficiencia de los negocios y por consiguiente facilitar condiciones para la creación y sostenimiento de mayor valor para las empresas” (Ley N° 29337, 2021).

**Desarrollo Económico Territorial.** -Es un proceso social que se genera en un espacio geográfico común que convoca a diferentes agentes y se orienta a la consecución de objetivos

sociales comunes, como son la superación de carencias, la integración social, la participación y la organización social; a través de un liderazgo a cargo de conducir dicho proceso social (Arocena, 2001). Al mismo tiempo, se caracteriza por abarcar una dimensión identitaria (identidad colectiva que agrupa el pasado, presente y futuro; integra una visión común al compartir una cultura común, aumentando el nivel de conocimiento local generado), una dimensión económica (dinámica de acumulación, tejido empresarial, tecnología, inversión y desarrollo, servicios a particulares y empresas; e integración rural-urbana), una dimensión política (autonomía en la gestión, eficiencia en la gestión, agenda pública de desarrollo, planeamiento local, gestión público-privada), una dimensión sistémica (integración horizontal y vertical) (Arocena, 2001).

**Iniciativa de Apoyo a la Competitividad Productiva (PROCOMPITE).** –“Es el cofinanciamiento no reembolsable otorgado a las Propuestas Productivas de los beneficiarios, mediante procesos concursables, por los Gobiernos Regionales o Locales para mejorar la competitividad. No puede considerar la entrega directa de dinero ni cubrir los gastos de operación y mantenimiento de ninguna clase” (Ley N° 29337, 2021).

**Inversión Privada.** -Término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere retornos positivos (PRODUCE, 2021).

**Inversión Privada Insuficiente.** -Escasez de inversión privada para aprovechar una potencialidad en términos de desarrollo productivo para los GR/GL, la cual se identifica en términos de facilitar posibilidades de mejorar la eficiencia de los negocios, debido a la limitada capacidad de los AEO para acumular capital, barreras de acceso a tecnología, pequeña escala o información imperfecta (PRODUCE, 2021).

**Plan de Negocio.** -Es el documento que el AEO presenta para acceder a los recursos de PROCOMPITE, describe la iniciativa de negocio, identifica los bienes, servicios, tecnología a

utilizar, las actividades a realizar, el presupuesto de inversión, y operación, sustenta la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, así como su viabilidad técnica, económica, social, y ambiental, planteando objetivos, estrategias y metas medibles en un horizonte de evaluación no menor de cinco años (Ley N° 29337, 2021). Los Planes de Negocio tienen el carácter de petición de gracia, en el marco de lo dispuesto por la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General (Ley N° 29337, 2021).

**Paquete Tecnológico.** -Conjunto de recursos técnicos propios de una actividad que pueden ser utilizados de forma sistemática para la producción, transformación, y/o comercialización de bienes o la prestación de servicios especializados (Ley N° 29337, 2021). Estas pueden ser infraestructura, maquinaria, equipos, insumos y materiales, patentes, licencias, certificaciones, de calidad, software, metodologías para la gestión productiva y/o empresarial, entre otros, que contribuyan a mejorar los niveles de competitividad de las actividades productivas, de gestión y comerciales (Ley N° 29337, 2021).

**Equipo.** -“Conjunto de medios necesarios para el desarrollo de una actividad productiva sobre la base de la necesidad de incremento de la competitividad productiva de los AEO” (Ley N° 29337, 2021).

**Maquinaria.** -“Conjunto de objetos fabricados y compuestos por un conjunto de piezas ajustadas entre sí que se usa para facilitar o realizar un trabajo determinado, generalmente transformando una forma de energía en movimiento o trabajo. La maquinaria debe ser utilizada para un fin determinado orientado al incremento de la competitividad productiva de los AEO” (Ley N° 29337, 2021).

**Infraestructura.** -“Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad productiva o para que un lugar pueda ser utilizado para dicha actividad productiva, sobre la base de la necesidad de incremento de la competitividad productiva de los AEO” (Ley N° 29337, 2021).

**Insumos y Materiales.** -Todo elemento que se utiliza en la producción de bienes y servicios; son aquellos bienes intermedios que son requeridos para generar otros bienes, bienes que son de consumo final (PRODUCE, 2021). El tipo de insumos y materiales que el Plan de Negocio financia, tiene relación con aquellos cuyo acceso esté limitado por alguna barrera de mercado (escala mínima de adquisición, no se producen localmente, requiere importarse, entre otras) (PRODUCE, 2021).

**Servicios.** -Conjunto de actividades que responden a las necesidades de desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología; entendido como aquellas orientadas a garantizar la mejora de la gestión del negocio, transferencia adecuada para la instalación y funcionamiento operativo de la infraestructura, maquinaria, equipo y la manipulación de insumos, materiales y otras actividades que sustente el plan de negocio (PRODUCE, 2021).

**Operador Privado.** –“Persona natural o jurídica con especialización en la evaluación, ejecución o ambos, de Planes de Negocio encargado del desarrollo de la Autorización, Implementación, y Ejecución. Es contratado por el Gobierno Regional o Local, en el marco, de la PROCOMPITE” (MEF,2012).

### **2.3. Antecedentes empíricos de la investigación**

#### **a. Antecedentes internacionales**

Vilcacundo (2018), en su investigación “Las redes empresariales como factor de competitividad de los productores textiles de la parroquia Pasa en Ambato-Ecuador 2018”, cuyo objetivo principal consiste en analizar la incidencia de la asociatividad a través de redes empresariales como medio para generar una mejora competitiva en los productores textiles de la parroquia Pasa, y de esta forma fomentar el desarrollo económico general de dicha zona. Cuya metodología es cuantitativa, Inicialmente se realizó una investigación bibliográfica, la cual fue complementada con un estudio de campo efectuada a los 42 productores textiles de la parroquia Pasa. Como resultado de la información se identificó que existe carencia de

asociatividad en el sector puesto que el 66.67% asegura no haber pertenecido a ninguna asociación textil en el año 2017, asimismo 88.10% de los productores textiles señalaron que no suscribieron ningún convenio con entidades del Sector Público para el fomento productivo. En cuanto al cálculo de competitividad se emplea el esquema planteado por Porter “Diamante de Competitividad” tomando en consideración cinco factores determinantes: Factores condicionantes, condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de apoyo, estrategia, estructura y competencia empresarial y por último Gobierno y de acuerdo a los resultados obtenidos en nivel de competitividad es del 30.09% esto evidencia los bajos niveles de competitividad en el sector Textil de Pasa. Se concluye como resultado de la investigación, la baja asociatividad en las redes empresariales repercute negativamente en la competitividad de los productores textiles.

Zambrano (2020), en la investigación titulada “Análisis de la competitividad de las exportaciones bananeras del Ecuador y sus competidores regionales, 2014-2018” cuyo propósito fue “analizar el nivel de competitividad de las exportaciones bananeras del Ecuador frente a sus competidores regionales a través del reconocimiento de las ventajas comparativas y el modo de inserción del país en el mercado Internacional”. Cuya metodología de estudio es deductivo analítico, de carácter mixto (cual-cuantitativo) la técnica usada fue el análisis documental de fuentes oficiales del país. Según los resultados de la investigación Ecuador exhibe una falta de competitividad en relación con las ventajas competitivas en el periodo de estudio. Esto se evidencia claramente en su intercambio comercial con Estados Unidos, Guatemala y Costa Rica donde muestran índices superiores, atribuibles a sus costos de producción más bajos y niveles de productividad más elevados en comparación con Ecuador. Es así que, mientras Ecuador produce alrededor de 1.800 cajas al año de plátanos por hectárea, Guatemala duplica esta cifra en el mismo período de tiempo. Se concluye que a pesar de que Ecuador en los últimos años ha alcanzado el estatus como uno de los exportadores mayores y a

nivel mundial considerado uno de los principales productores de banano, este logro no fue suficiente para mejorar su competitividad en el mercado internacional, debido a los altos costos de producción y el bajo nivel de productividad en cuanto a las tierras cultivadas.

#### **b. Antecedentes nacionales**

Vergara y Herrera (2017), en su Tesis titulada “Efectos de la inversión con el Procompite en la competitividad de la cadena productiva del café en el distrito de Quellouno - La Convención - Cusco 2012- 2014”, tuvo como finalidad identificar y conocer los efectos generados con la inversión del PROCOMPITE en la cadena productiva del café en el distrito de Quellouno. Cuya metodología en la investigación es cualitativa de tipo descriptivo y método deductivo, se utilizó documentación secundaria como revistas, libros, trabajos de investigación y como fuente primaria se efectuó encuestas, desarrolladas un total de 755 personas beneficiarias de la cadena productiva del café en la zona intervenida (5 cuencas) de las iniciativas de negocio implementadas con el programa PROCOMPITE los cuales formaron el universo de estudio. Según los resultados para la Implementación del programa PROCOMPITE se distribuyó un presupuesto de S/.6 197,896.79 para la cadena productiva del café, se demuestra el incremento de volúmenes de producción en las 5 cuencas promedio por Ha de hasta 20 quintales , asimismo se ha logrado mayor rendimiento en taza (de 65% a 71%) puesto que cumple los altos estándares como calidad, aroma, color y esto conlleva a mayor oferta de grano de café y mejor posición en precios generando utilidades en los productores. Se concluye que la implementación de planes de negocio en la cadena productiva del café ha contribuido a mejorar tanto el rendimiento productivo como la calidad del grano. Esto se ha logrado mediante la reducción de la incidencia de enfermedades y la mejora de la capacidad productiva de los suelos. Además, se ha mejorado la calidad de vida de los productores de café al generar mayores beneficios económicos.

Diaz (2019), en su Tesis titulado “Impacto económico de la Estrategia Procompite en la cadena de valor de la vid en el período 2013-2018”, tuvo como finalidad analizar la relación existente entre la intervención que realiza el programa Procompite del Gobierno Regional de Lima, a través de la introducción el impacto económico en los vitivinicultores que participan de la cadena de valor de la vid y la valoración de los productores asociados de la implementación , asistencia y capacitación en la cadena de valor Cuya metodología fue de tipo descriptivo correlacional con enfoque mixto(cual-cuantitativo), se tomó como población en estudio a 70 productores pertenecientes a seis asociaciones en el ámbito regional que siembran vid y producen vinos y piscos. Según los resultados se demostró que existe una relación significativa ,positiva y directa entre la participación del programa de PROCOMPITE del gobierno Regional de Lima y la mejora de procesos e ingresos en los productores de la Cadena de Valor de la Vid la cual afirma que la participación de los productores en el plan de estrategias fueron: en relación a la asistencia técnica para mejorar las técnicas de cultivo mejor manejo y aprovechamiento 95,7 % expresa haberlo recibido y con relación a los Ingresos Económicos el 68,6 % de los productores expresó que estos ingresos mejoraron. Se concluye que se ha tenido un impacto y aporte sustantivo para los productores de la cadena del valor de la Vid para producir eficientemente y de calidad, en cuanto a implementación a equipos para su elaboración, asistencia técnica y la asociatividad, entre productores que llevo a conformar un comité Regional de productores de Pisco. Cuyo fin es establecer un Sello Regional de la Calidad para el producto Pisco.

Huacca (2021), en la Investigación titulada “Implementación del programa PROCOMPITE y la competitividad de los pescadores artesanales del distrito de Ilo, provincia de Ilo, 2021”. Tuvo como finalidad “analizar si la implementación del programa Procompite mejora la competitividad de los Pescadores Artesanales del distrito de Ilo”. Cuya metodología de enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño de investigación no experimental, se

recopilaron los datos aplicando cuestionarios a los pescadores artesanales beneficiarios y no beneficiarios del programa Procompite. Los resultados de la investigación confirman que con una seguridad estadística del 95% que la competitividad en los pescadores artesanales beneficiarios del programa (8,55 puntos) es más elevada que la competitividad observada en los pescadores que no han sido beneficiarios (7,65puntos). De igual forma se precisa en un 95% que es débil y positiva ( $Rho=+0,382$ ) la relación entre las variables Implementación del Programa PROCOMPITE y competitividad. Se concluyó que la implementación del programa Procompite para los pescadores artesanales fue de un nivel Regular pese a estos resultados la competitividad de los que sí fueron beneficiados por PROCOMPITE es superior a los pescadores que no fueron beneficiados por el Programa, destacando diferencias de los efectos de las políticas de intervención del Estado.

### **c. Antecedes locales**

Cartolin (2021), en la Investigación Titulada “Impacto de la Artesanía en el Desarrollo Socioeconómico de la Comunidad de Ccorao, Distrito de San Sebastián, Provincia del Cusco, 2014 -2018” cuyo objetivo es analizar el impacto de la Producción Artesanal en la mejora de los Ingresos y calidad de vida de las familias de la Comunidad de Ccorao, del Distrito de San Sebastián. Se aplicó una metodología descriptiva-correlacional con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) y diseño no experimental. Del tamaño de la población estudiada se tiene 95 artesanos y la muestra es de 42 artesanos de la Comunidad de Ccorao, cuya información recolectada se dio mediante encuestas a los pobladores e información secundaria del Gobierno Regional del Cusco. Según los resultados se demuestran que la “Escuela de Cerámica Koica” ha permitido que las personas de la Comunidad de Ccorao se integren al sector Artesanal , proporcionándoles una oportunidad de generar Ingresos Económicos y mejorar la calidad de vida de las Familias , es así que gracias a esta actividad lograron obtener cambios significativos en sus niveles de Ingresos Monetarios , los artesanos para el año 2018 generaron ingresos

mensuales promedio de S/1142.00 a S/2000.00 soles que representa el 40.5% e incluso se tiene que 19% de productores artesanales que declaran ingresos superiores a S/2000.00 soles mensuales en comparación al año 2014 donde se demuestra que los productores artesanales tuvieron un desarrollo beneficioso donde el porcentaje de productores con ingresos superiores a 1200.00 soles era de 16.7%. Se concluye que la actividad artesanal impacta sobre la producción y el nivel de ingresos trayendo consigo cambios significativos positivos a nivel económico y personal de las familias pertenecientes a la comunidad de Ccorao.

Contoy (2023), en la investigación titulada “El programa Procompite y la competitividad de los productores textiles del distrito de Santiago, cusco, periodo 2019-2021”. Tuvo como finalidad “determinar como el PROCOMPITE influye en la competitividad de los productores textiles del Distrito de Santiago”, a través de la implementación tecnológica, capacitaciones y promoción del producto; y en los beneficios de los productores. Cuya metodología de estudio es de alcance explicativo, de enfoque cualitativo de diseño no experimental y corte longitudinal, donde la población está compuesta por 25 socios beneficiarios de la cadena productiva de artesanía textil. Según los resultados de la investigación se confirma la relación significativa entre las variables de estudio dado que se obtiene que al implementarse el Programa de Inversión PROCOMPITE influyo de manera positiva en la competitividad de los beneficiarios con un coeficiente de Pearson de 0,698 esto debido a la intervención adecuada que incluye capacitaciones, implementación de tecnología y promoción generando mayor calidad de vida de los mismos. Asimismo, como influyo en la organización de los Productores dado que el coef. de correlación de Pearson es de 0.549 evidenciando la dependencia entre variables Se concluye que la iniciativa PROCOMPITE influyo satisfactoriamente en el nivel de competitividad de los artesanos, debido a innovación productiva, capacitación e implementación de instrumentos para la producción textil. Cabe mencionar que un punto de la investigación donde no se logró relevancia fue en la promoción

del producto, esto debido a que no se utilizaron las técnicas ni medios suficientes para hacer conocer más el producto y por ende lograr mejores resultados.

Lovaton y Zavaletta (2023), en la investigación titulada “Estudio de los efectos de las Inversiones de Procompite en la Competitividad de la Cadena Productiva de Fresas en la Provincia de Calca periodo - 2021”. Tiene como objetivo principal “analizar los efectos de las inversiones PROCOMPITE sobre la competitividad de la cadena Productiva de Fresas de la Asociación productora Inkañan del distrito de Taray y Puka fresas del distrito de Coya”. Cuya metodología es de tipo no experimental -transversal – descriptico con enfoque Mixto (Cuantitativo-Cualitativo), donde la población en estudio fueron 45 beneficiarios de las dos asociaciones ganadoras del Fondo Concursable INKAÑAN DE KCALLARAYAN y Productores PUKA FRESAS LAGUNA QQORICOCHA DE QUENCCO. Según los resultados de la investigación demuestra la relación entre la variable Inversiones PROCOMPITE posee relación positiva con la Variable Competitividad de la Cadena productiva de Fresas con un nivel de significancia de p-valor de 0.039 de igual forma se dio como resultado que la Variable Independiente Inversiones PROCOMPITE no es significativo dado que solo explica en un 27% el comportamiento de la Variable competitividad , donde el presupuesto de la Municipalidad fue limitado la cual las inversiones realizadas para implementar estrategias competitivas no fueron suficientes. Se concluye que las inversiones PROCOMPITE mejoraron la competitividad de la cadena productiva, aunque en cuanto a la variable Competitividad y posicionamiento de mercado el p- valor es menor a 0.05 evidenciando que la inversión fue mínima en relación a otras como calidad y rendimiento.

## **2.4. Hipótesis de investigación**

### **a. Hipótesis general**

El proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE influye significativamente en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.

**d. Hipótesis específico**

- La transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE ha influido positivamente en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.
- Las transferencias de servicios por inversión PROCOMPITE ha influido positivamente en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.

**2.5. Identificación de variables e indicadores****Variable independiente:**

Inversión PROCOMPITE

**Dimensiones:**

- Transferencia de bienes
- Transferencia de servicios

**Variable dependiente:**

Competitividad

**Dimensiones:**

- Estrategia de liderazgo en costos
- Estrategia de diferenciación
- Estrategia de enfoque



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 4.1. **Ámbito de estudio: Localización política y geográfica**

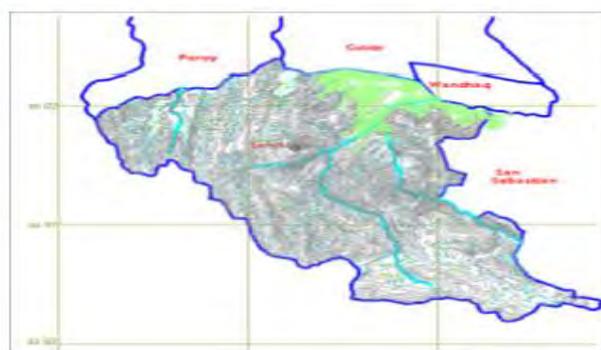
El Distrito de Santiago – Cusco se encuentra ubicado en la zona Nor Oeste de la Ciudad del Cusco, entre las coordenadas 13°31'26" latitud sur y 71°58'47" longitud Oeste; es uno de los ocho distritos de la provincia del Cusco, cuenta con una superficie de 57.4 kilómetros cuadrados, que representa el 9.3 % del territorio provincial (617.0 Km<sup>2</sup>) (Municipalidad Distrital de Santiago, 2004).

Ubicada de la siguiente forma:

- País : Perú
- Región : Cusco
- Provincia : Cusco
- Distrito : Santiago

#### **Figura 1.**

*Localización geográfica del Distrito de Santiago*



Nota: Plano Cartográfico Centro de Educación y Comunicación Guamán Poma de Ayala

#### **4.1.1. Creación Política**

El distrito de Santiago de la Provincia y Región de Cusco fue creado por la LEY N° 12336, Por cuanto:

El Congreso de la República Peruana

Ha dado la siguiente Ley:

Art. 1°.- Créanse los Distritos de 24 de junio y Santiago, en la Provincia del Cercado del Cuzco, del Departamento del mismo nombre (Ley N°123364, 1955).

Art. 2°.-El Distrito de 24 de junio, estará integrado por las urbanizaciones de Huanchac, Chachacomayoc y Huayruopata; y el Distrito de Santiago por los barrios de Almudena, Belén, Ccoripata y Huancaro (Ley N°123364, 1955).

Art. 3°.- Los límites del Distrito 24 de Junio, serán los siguiente: por el Norte, la Avenida de la Cultura, comenzando en la esquina sureste de la Plazoleta de Limacpampa Grande, hasta el puente del riachuelo que delimita el Distrito de San Sebastián; por el Este, el Distrito de San Sebastián, hasta el río Huatanay; por el Sur, el río Huatanay hasta su confluencia con el río Huancaro; y por el Oeste, el mismo río Huatanay hasta la Avenida Tullumayo; esta Avenida hasta la esquina sureste de la misma Plazoleta, lugar donde comenzó esta delimitación (Ley N°123364, 1955).

Art. 4°.- El Distrito de Santiago tendrá los límites siguientes: por el Norte la Avenida del Ejército, hasta el río Huatanay, siguiendo por el este, hasta su confluencia con el río Huancaro; por el Este el río Huancaro hasta el puente del camino carretero a Paruro; por el Sur desde dicho puente, el camino de herradura al Cuzco hasta el puente del río Cori-Machachuay; en seguida, este río hasta la quebrada de Puquín; y por el Oeste la quebrada de Puquín hasta la Avenida del Ejército, lugar donde comenzó esta delimitación (Ley N°123364, 1955).

#### 4.1.2. Territorio

Su ámbito se encuentra estructurado por tres áreas geográficamente definidas:

Área Rural. - conformada por 10 comunidades campesinas,

Área Urbano Marginal. - que corresponde a 04 zonas:

- 24 AA HH en Noroeste
- 32 AA HH en Huancaro Parte Alta
- 11 PP JJ en Huancaro Parte Baja
- 22 AA HH en Margen Derecha
- 89 AA HH en TOTAL

Área Urbano o Casco Urbano, conformada por 10 Urbanizaciones.

#### 4.1.3. Extensión

Santiago posee una superficie de 57.4 Km<sup>2</sup>, que representa el 9.3% del territorio de la provincia del Cusco (617.0 Km<sup>2</sup>), A 3,320 m.s.n.m.

#### 4.1.4. Altitud

- Máxima : 4,030 m.s.n.m. (Puna de Occopata)
- Media : 3,320 m.s.n.m. (Plaza de Santiago)
- Mínima : 3,550 m.s.n.m. (Cuichiro)

#### 4.1.5. Limites

El distrito de Santiago limita con los siguientes:

- Norte : Distritos de Qorqa y Cusco.
- Sur : Provincia de Paruro.
- Oeste : Distritos de Cusco y San Sebastián.
- Este : Provincia de Paruro y el distrito de Q'orqa

#### **4.1.6. Aspecto físico y ecológico**

La cobertura longitudinal de los andes peruanos configura variados sistemas ecológicos rodeado por cordilleras, contexto en el que Santiago se encuentra por su topografía accidentada, con pendientes que varían de moderada (2%) a empinada (70%), con suelos frágiles y deleznales, de textura arcillosa y franco arcillosa, con bajo contenido de materia orgánica, por lo que los suelos se caracterizan de muy pobres (Municipalidad Distrital de Santiago, 2004).

En sus diversos paisajes predomina el montañoso, caracterizado por una fisiografía muy irregular, resultado de la acción de distintos procesos orogénicos y epirogénicos. Los paisajes de los valles interandinos se localizan principalmente en las dos microcuencas principales del distrito: la microcuenca del río Huancaro y la microcuenca del río Chocco; además, existe otra microcuenca, la del río Jordán, que nace en la comunidad campesina de Occopata, atraviesa las comunidades de Checcopercca y Ancaschaca, y desemboca en el río Ccorcca (Municipalidad Distrital de Santiago, 2004).

#### **4.1.7. Hidrografía**

El distrito de Santiago se encuentra atravesado transversalmente por la Cuenca del río Huancaro, que tiene como principal afluente el río Chocco; por otra parte, el río Huanoquite atraviesa las comunidades de Checcopercca y Ancaschaca, formando la cuenca del Occopata denominado así por los habitantes de la comunidad (Municipalidad Distrital de Santiago, 2004).

Otro importante río que atraviesa la comunidad de Ccoyllorpugio y que provee de agua permanente a los asentamientos humanos ubicados de la margen derecha del río Huatanay; así mismo, este recurso se puede calificar como recurso limitado para el uso de riego, abasteciendo aproximadamente a 60 Hectáreas de terreno de cultivo y pastos naturales; el agua para consumo humano abastece aproximadamente a unas 30,165 personas del distrito, observándose claramente el déficit de este importante recurso para consumo humano (Municipalidad Distrital de Santiago, 2004).

#### 4.1.8. Flora y fauna

El distrito de Santiago cuenta con una amplia variedad de flora y fauna, como la arbustiva se encuentra ubicada en el plano aluvial de las microcuencas de los ríos Chocco, Huancaro y Huanoquite como, Quehuña, Q'olle, Chachacomo y otros, al margen de estas especies podemos encontrar bosques con plantas exóticas como pinos y eucaliptos (Municipalidad Distrital de Santiago, 2004).

La fauna silvestre está representada principalmente por la presencia de zorros, zorrillos, venados y aves silvestres distribuidos de manera dispersa en las zonas con bastante pastura y arbustos sirviendo algunos de ellos como fuentes de alimentación para la población de la zona, quedando claro que estas especies están en extinción por la indiscriminada caza furtiva (Municipalidad Distrital de Santiago, 2004).

#### 4.1.9. Demografía

La población del distrito de Santiago, ha evolucionado de forma paulatina registrando en el periodo inter censal de 1961-2017 una población efectiva de 94 756 habitantes.

**Tabla 1.**

*Población total del Distrito de Santiago*

<b>AÑO</b>	<b>1961</b>	<b>1972</b>	<b>1981</b>	<b>1993</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>	<b>2017</b>
Santiago	12,801	37,698	52,478	73,129	66,277	83,721	94 756
Urbana	11,377	34,691	50,476	70,201	--	--	92 729
Rural	1,424	3,007	2,002	2,928	--	--	2 027

Nota: INEI 2017

De acuerdo al último censo del INEI 2017, la población está concentrada por el área urbana y rural como se muestra en el siguiente cuadro.

**Tabla 2.***Población urbana y rural del Distrito de Santiago-2017*

<b>Categorías</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Área Urbana	92 729	98 %
Área Rural	2 027	2%
<b>Total</b>	<b>94 756</b>	<b>100.00</b>

Nota: INEI 2017

Según el PDC del Distrito, la población del Distrito de Santiago está compuesta por 55 APVs. ,11 PP.JJ., 08 AA. HH, 04 Cooperativas de Vivienda, 09 urbanizaciones, 01 Junta vecinal, 01 Unidad vecinal y 10 Comunidades campesinas.

Respecto a la población por grupos de edades se puede evidenciar que del total de los distritos de la Provincia de Cusco

Se observa que hay una mayor presencia de mujeres en comparación con hombres, con una ligera predominancia femenina sobre la población masculina, siendo el distrito de Santiago un reflejo de esta tendencia, donde hay mayor proporción de mujeres siendo el 52% en razón a 48% por varones a nivel distrital.

**Tabla 3.***Población censada por área urbana, rural y sexo según edades*

<b>Provincia, distrito y edades simples</b>	<b>Población</b>			<b>Urbana</b>			<b>Total</b>	<b>Rural</b>	
	<b>Total</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>		<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
Menores de 1 año	1 617	842	775	1 585	822	763	32	20	12
De 1 a 4 años	6 771	3 442	3 329	6 633	3 372	3 261	138	70	68
De 5 a 9 años	8 201	4 181	4 020	8 000	4 074	3 926	201	107	94
De 10 a 14 años	7 868	3 986	3 882	7 631	3 870	3 761	237	116	121
De 15 a 19 años	8 716	4 282	4 434	8 481	4 167	4 314	235	115	120
De 20 a 24 años	9 511	4 525	4 986	9 320	4 427	4 893	191	98	93
De 25 a 29 años	8 740	4 132	4 608	8 608	4 060	4 548	132	72	60
De 30 a 34 años	7 881	3 744	4 137	7 797	3 702	4 095	84	42	42
De 35 a 39 años	7 138	3 354	3 784	7 022	3 297	3 725	116	57	59
De 40 a 44 años	6 271	3 025	3 246	6 143	2 958	3 185	128	67	61
De 45 a 49 años	5 237	2 434	2 803	5 111	2 377	2 734	126	57	69
De 50 a 54 años	4 418	2 088	2 330	4 306	2 028	2 278	112	60	52
De 55 a 59 años	3 540	1 701	1 839	3 443	1 649	1 794	97	52	45
De 60 a 64 años	2 583	1 225	1 358	2 522	1 195	1 327	61	30	31
De 65 y más años	6 264	2 877	3 387	6 127	2 834	3 293	137	43	94
<b>DISTRITO SANTIAGO</b>	<b>94 756</b>	45 838	48 918	92 729	44 832	47 897	2 027	1 006	1 021

Nota: INEI 2017

De acuerdo con el censo más reciente de 2017, la mayor parte de la población del distrito está compuesta por adolescentes y jóvenes, seguidos por los niños. Los adultos y los adultos mayores constituyen los grupos con menor representación, lo que indica que la población del distrito es mayoritariamente joven.

**Tabla 4.**

*Población por grupos de edad*

<b>Provincia, distrito y edades simples</b>	<b>Total</b>
De 1 a 14 años	24 457
De 15 a 29 años	26 967
30 a 44 años	21 290
De 45 a 59 años	13 195
60 a más años	8 847

Nota: INEI-Censo Nacional 2017

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2017, la distribución de los grandes grupos de edad en el distrito es la siguiente: el 28% de la población tiene entre 15 y 29 años, seguido por un 26% de individuos entre 1 y 14 años. El 23% de la población pertenece al grupo de edad de 30 a 44 años, mientras que el 14% se encuentra entre 45 y 59 años. Finalmente, el 9% de la población tiene 60 años o más, clasificados como adultos mayores (ver la figura N° 2)

**Figura 2.**

*Población por grupo de edad*



Nota: INEI-Censo Nacional 2017

En cuanto a la densidad poblacional, se observa un modelo de crecimiento urbano predominantemente horizontal y una subocupación de extensas áreas, especialmente en los distritos de Santiago y San Sebastián, seguidamente por los distritos de Wanchaq y San Jerónimo con mediana cantidad de población comparado con los 02 primeros distritos citados.

La superficie total del distrito de Santiago es de 69.7 km<sup>2</sup> que representa el 11% de la superficie de la Provincia de Cusco, siendo el segundo distrito que concentra la mayor densidad poblacional de la provincia con 1 293.1 habitantes por km<sup>2</sup> situándose en primer lugar el distrito de Wanchaq.

Se puede observar que en el distrito la ocupación del suelo ha aumentado significativamente a lo largo de los años. Este crecimiento desequilibrado afecta la provisión de servicios básicos como el suministro de agua, la recolección de residuos sólidos, el manejo de torrenteras durante la temporada de lluvias, y la disponibilidad de áreas verdes. Además, se presenta un déficit en la calidad constructiva de las viviendas y en la educación ambiental, entre otros aspectos.

**Tabla 5.**

*Densidad poblacional por distrito*

<b>Nombre Indicador</b>	<b>DEPARTAMENTO, PROVINCIA DISTRITO</b>	<b>PERÚ: Y POBLACIÓN ESTIMADA</b>	<b>SUPERFICIE TOTAL Km<sup>2</sup></b>	<b>HABITANTES POR Km<sup>2</sup></b>
	<b>PERÚ</b>	31,151,643.0	1,285,215.6	24.2
<b>080000</b>	<b>CUSCO</b>	1,316,729.0	71,986.5	18.3
<b>080100</b>	<b>CUSCO</b>	450,095.0	617.0	729.5
080101	CUSCO	118,316.0	116.2	1,018.0
080102	CCORCA	2,235.0	188.6	11.9
080103	POROY	7,817.0	15.0	522.5
080104	SAN JERONIMO	47,101.0	103.3	455.8
080105	SAN SEBASTIAN	115,305.0	89.4	1,289.2
080106	SANTIAGO	90,154.0	69.7	1,293.1
080107	SAYLLA	5,389.0	28.4	189.9
080108	WANCHAQ	63,778.0	6.4	9,996.6

Nota: INEI-Censo Nacional 2017

#### **4.2. Tipo y nivel de investigación**

El tipo de investigación es explicativo, porque tiene como propósito responder las causas de los eventos físicos o sociales, siendo el principal interés el de explicar porque ocurre tal fenómeno, en qué condiciones se da, así como explicar porque dos o más variables están relacionadas entre sí (Hernández y Mendoza, 2018). El objetivo de la presente investigación es medir el grado de influencia significativa que existe entre las variables inversión PROCOMPITE y la competitividad.

El nivel de la investigación es descriptivo, y se enfocó en detallar las características y rasgos del fenómeno estudiado. Hernández y Mendoza (2018), la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis; es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

#### **4.3. Unidad de análisis**

Siendo la investigación cuantitativa, la unidad de análisis está representada por los Agentes Económicos Organizados de los Artesanos del Distrito de Santiago, Provincia y región Cusco.

#### **4.4. Población de estudio**

La población directa a estudiar son los beneficiarios denominados Agentes Económicos Organizados (AEO) de las propuestas productivas y/o planes de negocio del sector artesanía implementadas y ejecutadas en el marco de la Ley 29337 Programa PROCOMPITE, asimismo funcionarios de la Gerencia de Desarrollo Económico Local y gestores/técnicos que desarrollan acciones de seguimiento y monitoreo a la ejecución de propuestas productivas.

Los beneficiarios del programa PROCOMPITE son de 50 productores artesanos.

#### **4.5. Tamaño de muestra**

Por el reducido tamaño de la población de estudio, el estudio realizado fue Censal.

La muestra censal se caracteriza por incluir a todos los elementos de una población en lugar de seleccionar solo una muestra representativa. Esta clasificación se utiliza cuando la población en estudio es relativamente pequeña, lo que permite realizar un censo exhaustivo de cada unidad dentro de la población. En otras palabras, en una muestra censal, la cantidad de elementos en la muestra es igual a la cantidad total de la población, lo que garantiza una cobertura completa de todos los individuos o unidades en estudio. Este enfoque es práctico y eficiente en poblaciones pequeñas donde es factible recopilar datos de cada miembro de la población sin incurrir en costos o esfuerzos excesivos (López y Fachelli, 2015).

#### **4.7. Técnica de recolección de información**

La técnica que se utilizó para la recolección de información fue la encuesta y el análisis documental.

En palabras de (Arias, 2020), la encuesta es una herramienta que ayuda a obtener información sobre opiniones, comportamiento o percepciones que se realiza a las personas, el cual puede proporcionar información cualitativa o cuantitativa centrándose en preguntas preestablecidas, lógicas presentadas en forma escalonada.

Según (Arias, 2020), El análisis documental es un proceso de revisión que se realiza para obtener datos del contenido de dicho documento, donde los documentos son fuentes primarias.

#### **4.8. Técnica de análisis e interpretación de la información**

El análisis de datos utilizado en la presente investigación es descriptivo e inferencias.

“El método de análisis descriptivo caracteriza las variables, el método de análisis inferencial en cambio infiere algunas propiedades de la población a partir de la muestra, el cual

se fragmenta en estimación de parámetros y contraste de hipótesis estadística analítica” (Romero et al., 2013).

#### **4.9. Técnica para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas**

La técnica para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas se dio mediante el programa SPSS versión 26, el cual se sistematizo en tablas y figuras estadísticas. En cuanto al análisis inferencial para determinar la relación entre las variables se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, con el estadígrafo prueba de Rho de Spearman, con el objetivo de contestar la hipótesis general. Así también los resultados fueron reforzados con la revisión bibliográfica de la página de PRODUCE y MEF.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

##### 5.1.1. Análisis descriptivo

**Tabla 6.**

*Presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE del Distrito de Santiago*

DISTRITO DE SANTIAGO	PIM (S/)	RECURSOS ORDINARIOS (S/)	RECURSOS DIRECTAMENTE RECAUDADOS (S/)	RECURSOS DETERMINADOS (S/)	PIM PROCOMPITE (S/)	AVANCE %	PRESUPUESTO POTENCIAL DE INVERSIÓN PROCOMPITE (S/)
2014	56,746,682	1,183,765	3,827,827	46,723,455	51,735,047	92.40	5,173,504.70
2015	50,812,659	878,331	3,608,124	41,888,181	46,374,636	92.20	4,637,463.60
2016	46,335,242	878,331	4,489,615	34,867,994	40,235,940	92.80	4,023,594.00
2017	73,565,593	4,541,227	4,357,869	34,677,038	43,576,134	69.80	4,357,613.40
2018	58,151,129	878,331	4,152,347	45,673,289	50,703,967	89.30	5,070,396.70

Nota: Elaboración propia en base al MEF

En la tabla N° 6. Se presenta el presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE del Distrito de Santiago durante el periodo 2014 al 2018, en la que se evidencia que el Presupuesto Institucional Modificado – PIM para el año 2014 fue de S/ 56,746.682 de los cuales se tuvo un presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE de S/ 5,173,504.70; para el año 2015 se tuvo un PIM de S/ 50,812,650 y un presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE de S/ 4,637,463.60; para el año 2016 se tuvo un PIM de S/ 46,335,242 y un presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE de S/ 4,023,594; para el año 2017 se tuvo un PIM de S/ 73,565,593 y un presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE de S/ 4,357,613.40; para el año 2018 se tuvo un PIM de S/ 58,151,129 y un presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE de S/ 5,070,396.70.

**Tabla 7.***Presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE según distritos*

<b>AÑO</b>	<b>M.P. CUSCO (s/)</b>	<b>M.D. CCORCA (s/)</b>	<b>M.D. POROY (s/)</b>	<b>M.D.SAN JERONIMO (s/)</b>	<b>M.D.SAN SEBASTIAN (s/)</b>	<b>M.D. DE SANTIAGO (s/)</b>	<b>M.D. SAYLLA (s/)</b>	<b>M.D. WANCHAQ (s/)</b>
2014	14,218,461.50	498,512.20	1,228,114.80	3,466,228.50	8,550,157.90	5,173,504.70	917,226.90	3,359,576.00
2015	13,293,106.80	497,873.30	1,162,045.50	4,468,826.10	8,563,823.20	4,637,463.60	1,819,439.20	3,412,032.60
2016	14,439,306.70	428,097.70	878,214.60	3,234,722.40	8,240,466.00	4,023,594.00	1,002,375.70	3,694,523.50
2017	15,088,491.20	492,983.60	867,064.30	3,261,720.70	3,261,720.70	4,357,613.40	455,201.30	3,078,015.00
2018	17,746,446.80	497,428.00	1,249,229.50	4,715,570.90	6,496,767.50	5,070,396.70	570,176.60	3,955,986.20

Nota: Elaboración propia en base al MEF

En la tabla N° 7, se presenta el presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE según los distritos de Cusco durante el periodo 2014 al 2018; donde, la Municipalidad Provincial de Cusco lidera el mayor potencial de inversión PROCOMPITE durante el periodo estudiado, siendo para el año 2018 el mayor potencial de inversión con un total de s/17,746,446.80, seguido de la Municipalidad Distrital de San Sebastián, donde en el año 2015 presento el mayor presupuesto con un total de s/ 8,563,823.20. Como tercer lugar con mayor presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE se tiene al distrito de Santiago, teniendo en el año 2014 el mayor presupuesto potencial con un total de s/ 5,173,504.70. Por el contrario, el distrito de Ccorca durante el periodo estudiado posee en menor presupuesto potencial para la inversión PROCOMPITE.

**Tabla 8.***Presupuesto asignado y ejecutados por inversión PROCOMPITE productores artesanos*

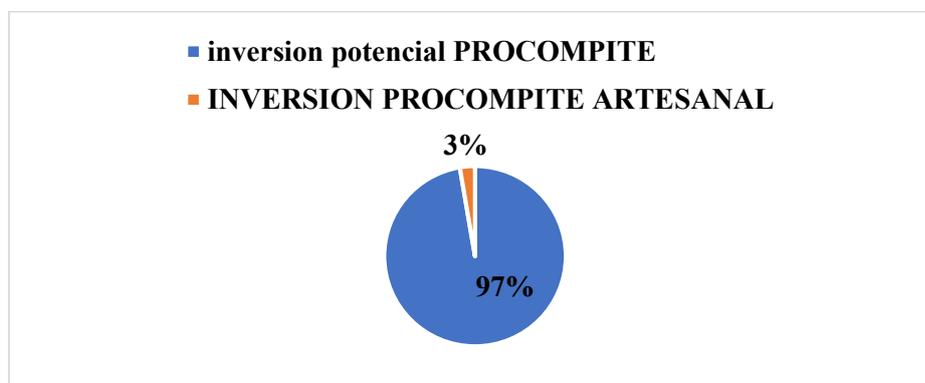
<b>CATEGORI A</b>	<b>ASOCIACIÓN PRODUCTORES ARTESANOS</b>	<b>Monto asignado PROCOMPITE (s/)</b>	<b>Monto final ejecutado (s/)</b>
B	MEJORAMIENTO DE LOS DISEÑOS DE JOYAS, ASOCIACION DE "SANTISUYU", DISTRITO DE SANTIAGO, CUSCO, CUSCO	329,901.00	326,828.00
B	MEJORAMIENTO DE PRODUCTOS CERAMICOS, ASOCIACIÓN "SUMAQ PACHA" DISTRITO DE SANTIAGO, CUSCO, CUSCO	300,000.00	313,579.00
<b>Inversión total</b>			<b>S/. 640,407.00</b>

Nota: Elaboración propia en base al MEF

En la tabla N°8, se muestra el presupuesto asignado y ejecutado por inversión PROCOMPITE en los productores artesanales, en una sola categoría "B" y dos asociaciones, de las cuales se evidencia que para la asociación de "Mejoramiento de los diseños de joyas, asociación de SANTISUYU, distrito de Santiago, Cusco, Cusco" el monto asignado PROCOMPITE fue de S/ 329,901.00 y se tuvo una ejecución final de S/ 326,828.00; para la asociación "Mejoramiento de productos cerámicos, asociación SUMAQ PACHA distrito de Santiago, Cusco, Cusco" el monto asignado PROCOMPITE fue de S/ 300,000.00 y se tuvo una ejecución final de S/ 313,579.00. Por lo que se tuvo una ejecución de inversión de PROCOMPITE total de S/. 640,407.00.

**Figura 3.**

*Porcentaje de inversión asignada al rubro de artesanos y artistas 2014-2018*

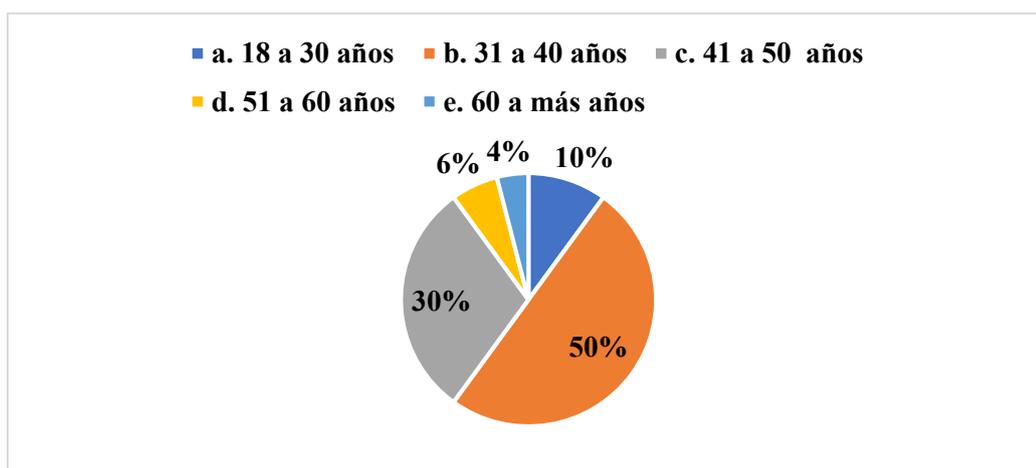


Nota: Elaboración propia

Según la figura N°3, se evidencia que del 100% de inversión potencial de PROCOMPITE durante el periodo de estudio 2014 al 2018. Solo el 3% fue asignado a la inversión PROCOMPITE artesanal y el 97% quedó como inversión potencial PROCOMPITE, los cuales fueron asignados en diferentes sectores de inversión.

**Figura 4.**

*Edad de los encuestados*



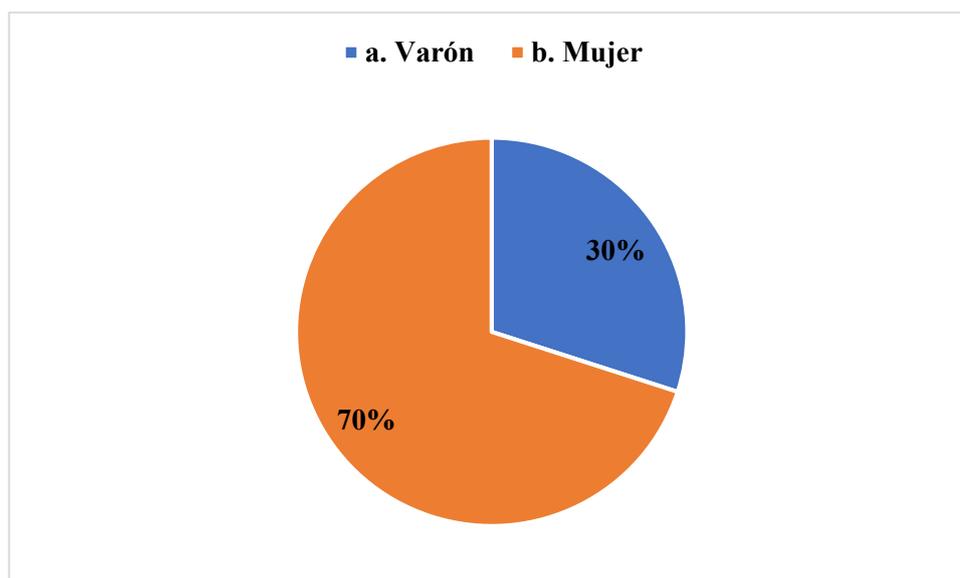
Nota: Elaboración propia.

Según figura N°4, se observa que, entre los artesanos encuestados, el 50% tienen edades comprendidas entre 31 y 40 años, mientras que el 30% están en el rango de 41 a 50 años. Un

10% se encuentra en el grupo de 18 a 30 años, el 6% tiene edades entre 51 y 60 años, y el restante 4% corresponde a personas de 60 años en adelante.

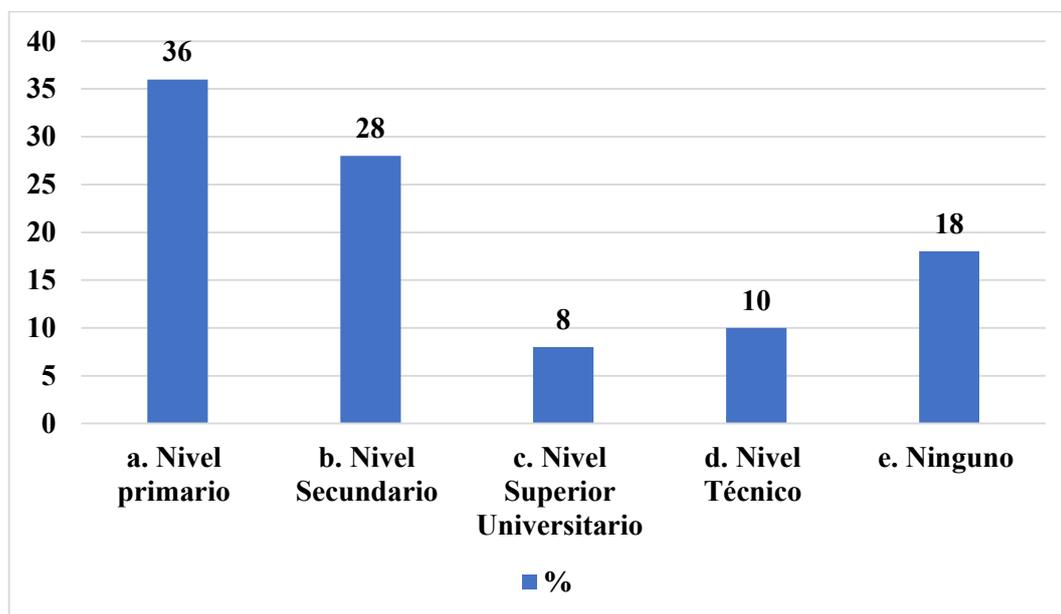
### Figura 5.

#### *Genero de los encuestados*



Nota: Elaboración propia

En cuanto al género de los artesanos beneficiados por inversión de PROCOMPITE, los datos revelan una clara disparidad en términos de distribución. Según los resultados recabados, el 70% de los beneficiarios son de género femenino, mientras que el restante 30% corresponde al género masculino. Esta disparidad de género en la participación de los artesanos en programas de inversión como PROCOMPITE, refleja dinámicas sociales y económicas más amplias. Tradicionalmente, se ha observado que las mujeres tienden a ser más activas en sectores como la artesanía, donde pueden desempeñar roles clave en la producción, la comercialización y la preservación de las tradiciones culturales.

**Figura 6.***Nivel de estudio de los encuestados*

Nota: Elaboración propia

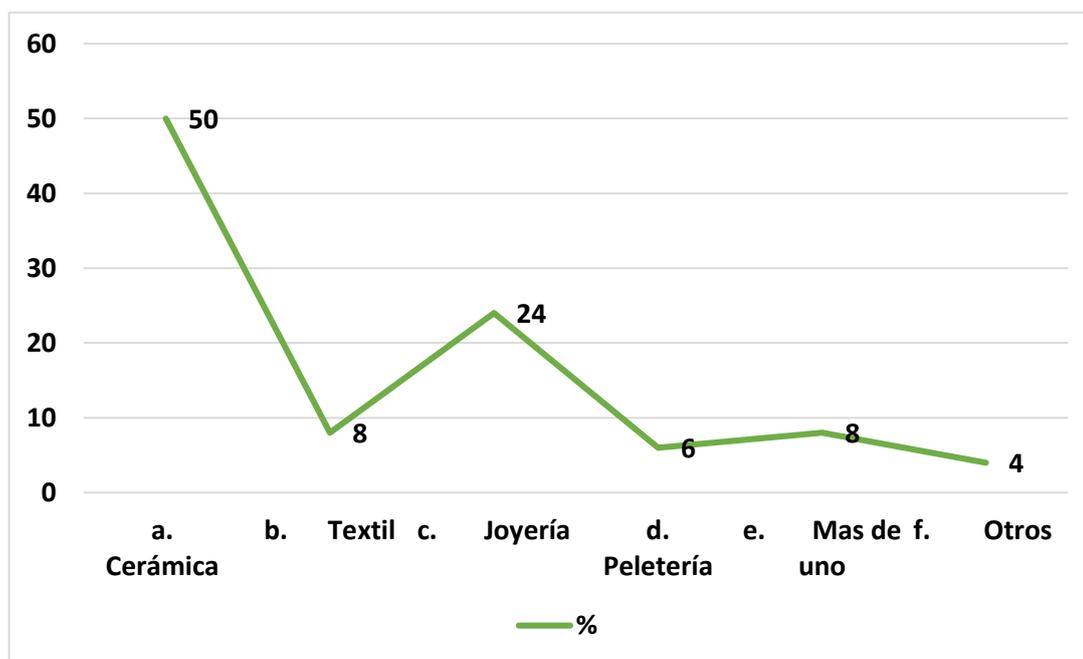
Según Figura N°5, se puede observar los niveles educativos de los artesanos encuestados. Donde el 36% del total, ha completado la educación primaria, lo que indica una sólida educación básica de los artesanos. Por otro lado, el 28% de los encuestados han alcanzado el nivel secundario de educación, lo que refleja un grado adicional de formación académica y una mayor preparación en comparación con aquellos que solo han completado la educación primaria. Por el contrario, el 18% de los encuestados no cuentan con ningún tipo de estudio formal.

Asimismo, se identifica que un 10% de los encuestados han obtenido educación técnica, lo que indica una proporción significativa de artesanos con habilidades especializadas en áreas específicas. Esta formación técnica podría contribuir a la calidad y la innovación en sus productos artesanales, así como a su competitividad en el mercado. Finalmente, el 8% de los encuestados cuentan con educación superior universitaria. Aunque este porcentaje es menor en comparación con los niveles educativos anteriores, sugiere la presencia de artesanos con un alto

nivel de formación académica, lo que puede influir en su capacidad para desarrollar productos artesanales innovadores y de alta calidad de los productos artesanales.

**Figura 7.**

*Tipo de producción artesanal antes de la inversión PROCOMPITE*

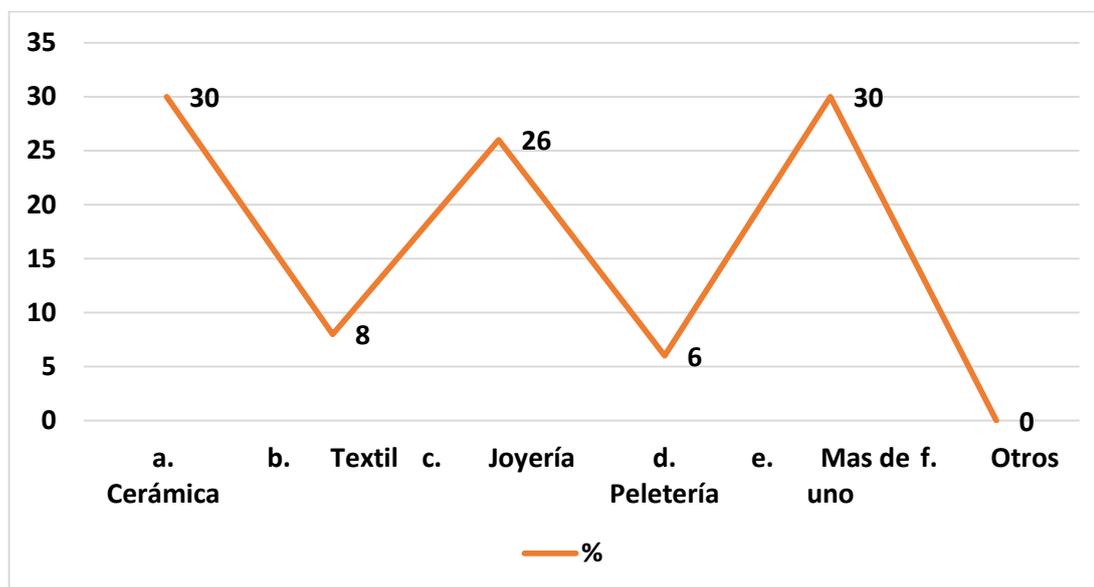


Nota: Elaboración propia

De acuerdo al tipo de producción artesanal antes de la inversión PROCOMPITE se tenía que el 50% de los artesanos se dedicaba a la producción de cerámica, el 24% de los artesanos se dedicaban a la producción de joyería, el 8% de los artesanos a la producción textil, el 8% de ellos artesanos producían más de un producto, el 6% de los artesanos se dedicaban a la producción en peletería y el 4% de los artesanos a otro tipo de productos artesanales, lo que evidencia una amplia gama de expresiones artísticas y artesanales dentro de la asociación.

**Figura 8.**

*Tipo de producción artesanal después de la inversión PROCOMPITE*



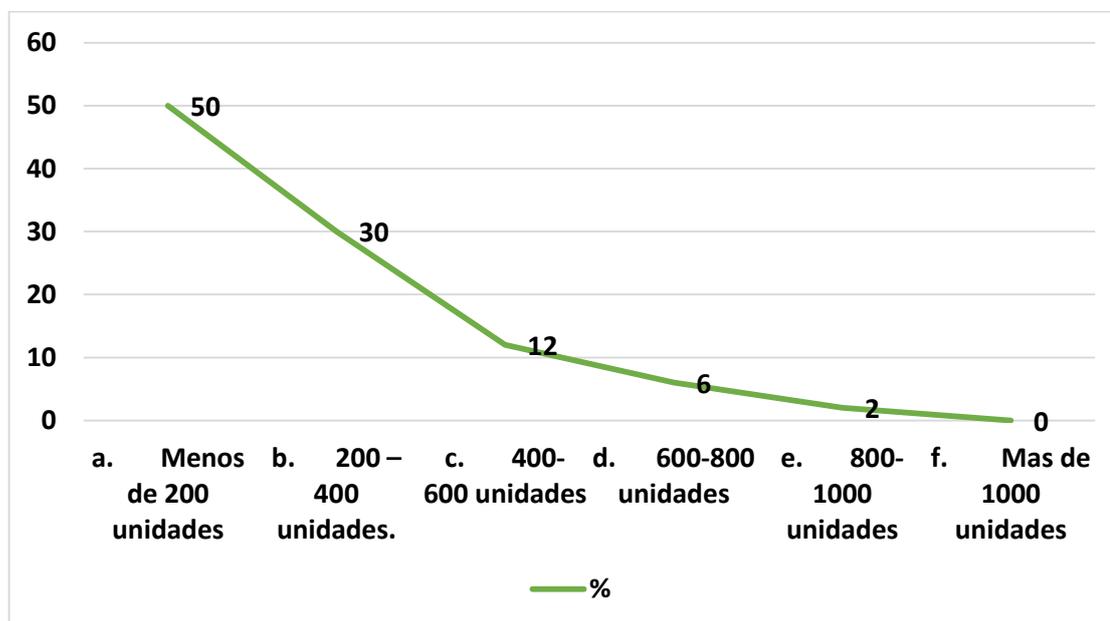
Nota: Elaboración propia

Tras la implementación de la inversión PROCOMPITE, se observa un cambio significativo en la distribución de los artesanos según el tipo de producción artesanal en la asociación, se tiene que el 30% de los artesanos se dedican a la producción de cerámica, asimismo el 30% de los artesanos se dedican a la producción de más de un producto, el 26% de los artesanos se dedican a la producción de joyería, el 8% de los artesanos se dedican a la producción de textil y el 6% de ellos artesanos se dedican a la peletería.

Los resultados muestran que los artesanos continúan con la producción de cerámica, lo que sugiere una continuidad en la importancia y demanda de esta forma de arte, así como también la diversificación indicaría una estrategia por parte de los artesanos a las oportunidades sugerido a raíz de la inversión PROCOMPITE, como la adaptación a las necesidades cambiantes del mercado.

**Figura 9.**

*Volumen de producción artesanal antes de la inversión PROCOMPITE*

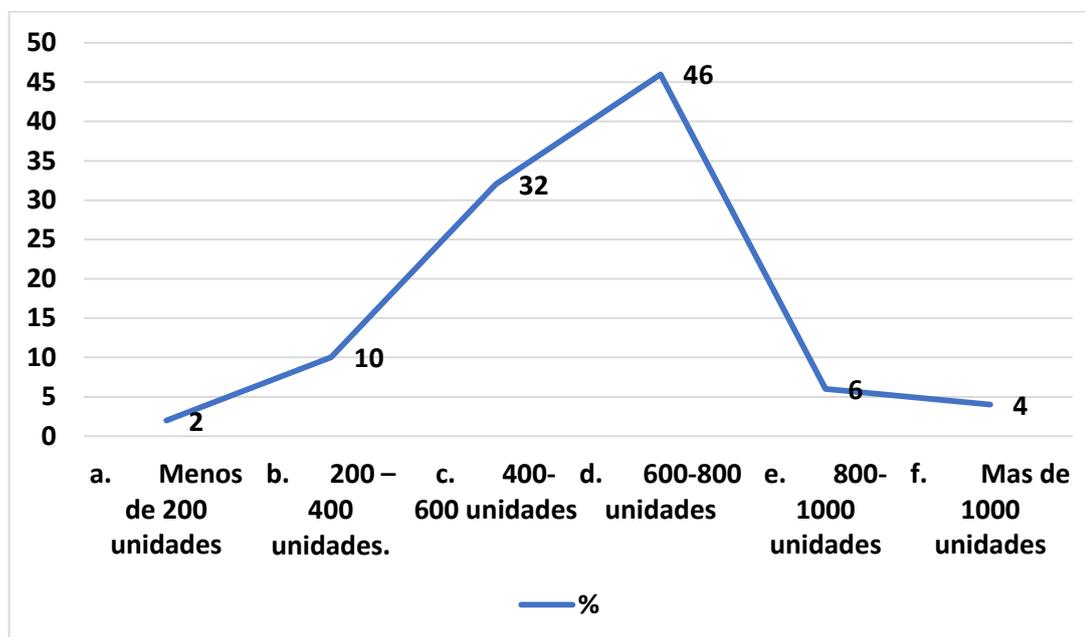


Nota: Elaboración propia

De acuerdo al volumen de producción artesanal antes de la inversión PROCOMPITE, se tenía que el 50% de los artesanos tenían como volumen de producción menos de 200 unidades, 30% de los artesanos tenían como volumen de producción de 200 a 400 unidades, el 12% de los artesano tenían como volumen de producción de 400 a 600 unidades y el 2% de los artesanos tenían el volumen de producción de 800 a 1000 unidades.

**Figura 10.**

*Volumen de producción artesanal después de la inversión PROCOMPITE*



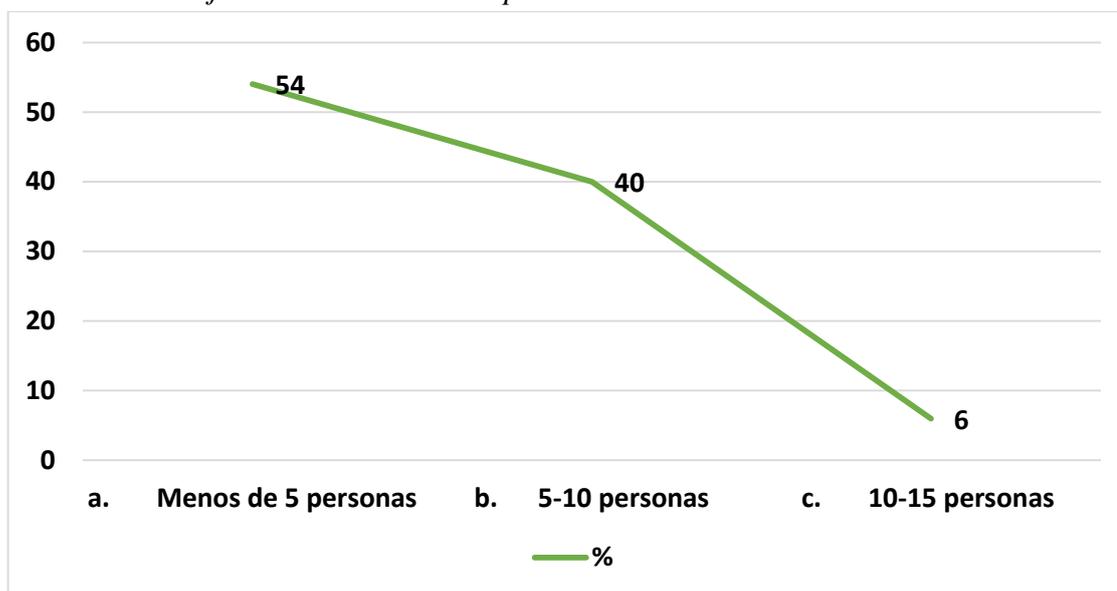
Nota: Elaboración propia

De acuerdo al volumen de producción artesanal después de la inversión PROCOMPITE se tiene que 46% de los artesanos indican que el volumen de su producción es de 600 a 800 unidades, el 32% de los artesano indican que su volumen de producción es de 400 a 600 unidades, el 10% de los artesano indican que el volumen de su producción es de 200 a 400 unidades, el 6% de los artesanos indica que el volumen de producción es de 800 a 1000 unidades, el 4% de los artesanos indican que el volumen de producción es de más de 1000 unidades y solo el 2% de los artesanos indican que su volumen de producción es menor a 200 unidades.

Esta cifra sugiere un aumento notable en la escala de producción de una parte significativa de la Asociación de artesanos del Distrito de Santiago, lo que podría indicar un efecto positivo de la inversión en términos de aumento de la capacidad productiva tras inversión PROCOMPITE.

**Figura 11.**

*Número de trabajadores en el centro de producción antes de la inversión PROCOMPITE*

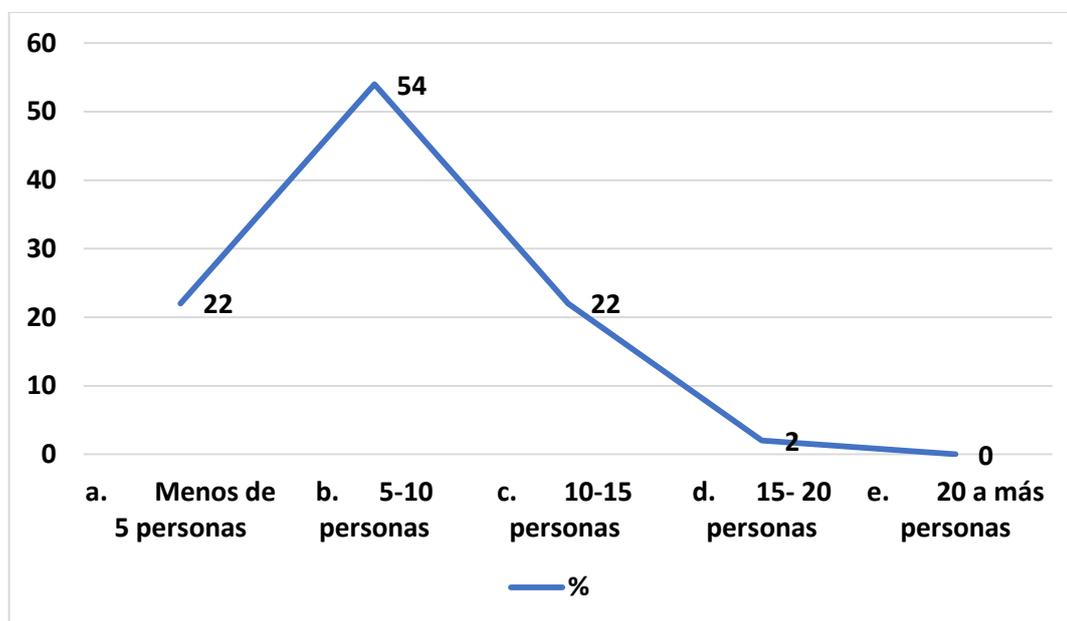


Nota: Elaboración propia

Con respecto al número de trabajadores en el centro de producción antes de la inversión PROCOMPITE se tenía que 54% de los artesanos contaban con menos de 5 personas en el centro de producción, el 40% de los artesanos contaban con 5 a 10 personas en el centro de producción y tan solo el 6% de la población contaba con 10 a 15 personas en el centro de producción.

**Figura 12.**

*Número de trabajadores en el centro de producción después de la inversión PROCOMPITE*

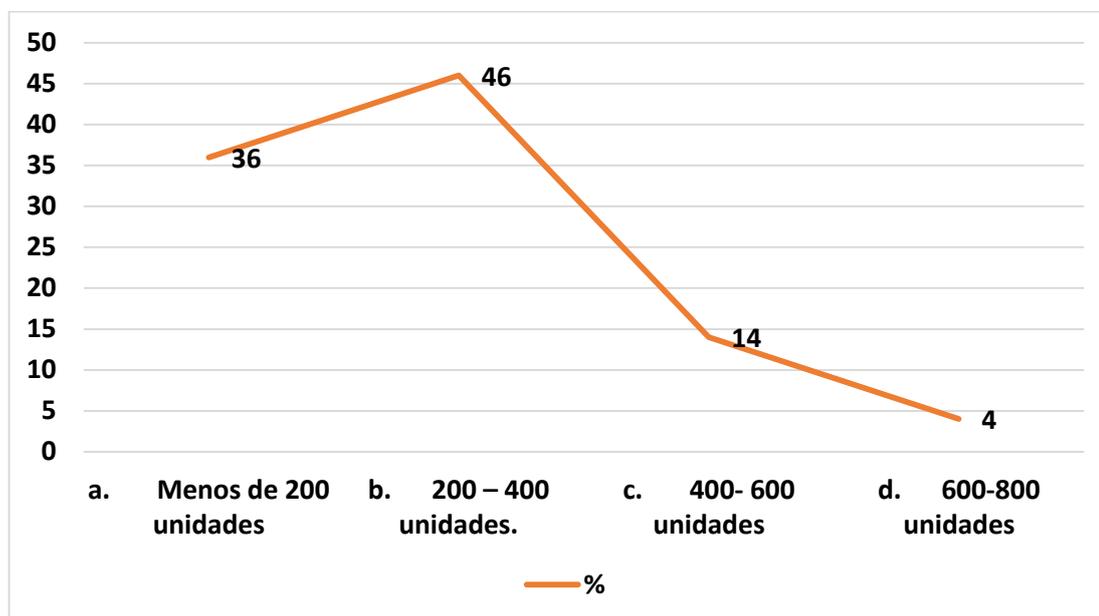


Fuente: Elaboración propia

Con respecto al número de trabajadores en el centro de producción después de la inversión PROCOMPITE, se tiene que el 54% de los artesanos cuentan con 5 a 10 personas en el centro de producción, el 22% de los artesanos cuentan con 10 a 15 personas en el centro de producción, el 22% de los artesanos cuentan con menos de 5 personas en su centro de producción y solo el 2% de los artesanos cuentan con 15 a 20 personas en su centro de producción. El apoyo por parte de PROCOMPITE fue esencial debido a que ayudo al artesano a poder contratar más personal en su centro de producción, generando mayor empleo en la zona.

**Figura 13.**

*Volumen de ventas por semana antes de la inversión PROCOMPITE*

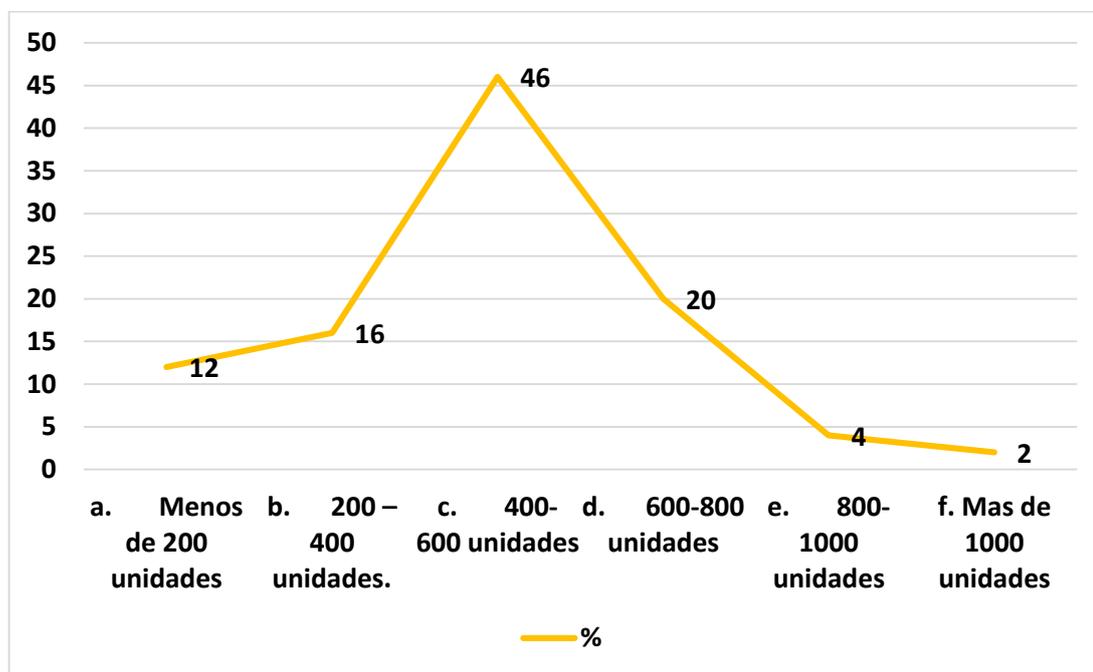


Nota: Elaboración propia

Con respecto al volumen de ventas por semana antes de la inversión PROCOMPITE, se tenía que el 46% de los artesanos tenían ventas semanales de 200 a 400 unidades, 36% de los artesanos señalan que tenían ventas semanales menores a 200 unidades, el 14% de los artesanos señalan que tenían ventas semanales de 400 a 600 unidades y solo el 4% de los artesanos tenían ventas semanales de 600 a 800 unidades.

**Figura 14.**

*Volumen de ventas por semana después de la inversión PROCOMPITE*

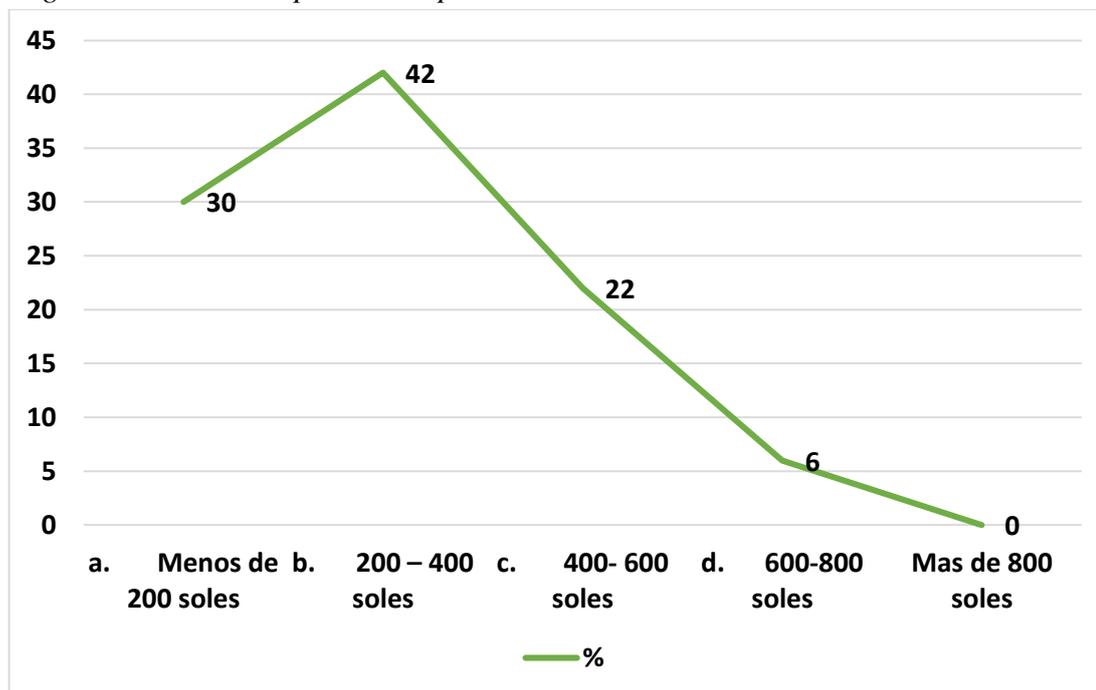


Nota: Elaboración propia

De acuerdo al volumen de ventas por semana después de la inversión PROCOMPITE se tiene que el 46% de los artesanos tienen ventas semanales de 400 a 600 unidades, el 20 % de los artesanos tienen ventas semanales de 600 a 800 unidades, el 16% de los artesanos tienen ventas semanales de 200 a 400 unidades, el 12% de los artesanos tienen ventas semanales menores a 200 unidades, 4% de los artesanos tienen ventas semanales de 800 a 1000 unidades y solo el 2% de artesanos tienen ventas semanales de más de 1000 unidades. Lo que permitió que los artesanos tengan una mayor cantidad de producción y ventas, mejorando de esa forma su calidad de vida

**Figura 15.**

*Ingresos económicos percibidos por semana antes de la inversión PROCOMPITE*

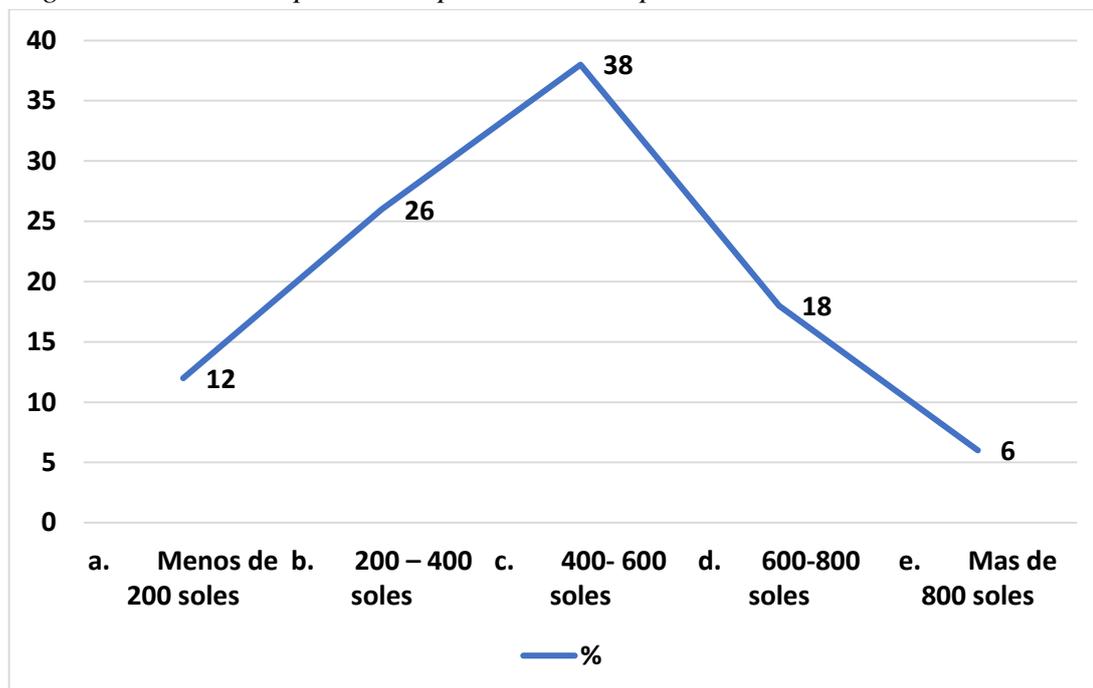


Nota: Elaboración propia

De acuerdo a los ingresos económicos percibidos por semana antes de la inversión PROCOMPITE, se tenía que el 42% de los artesanos percibían ingresos entre los 200 y 400 soles; el 30% de los artesanos percibían ingresos menores a 200 soles, el 22% de los artesanos percibían ingresos de 400 a 600 soles y solo el 6% de los artesanos indican que percibían ingresos entre 600 a 800 soles.

**Figura 16.**

*Ingresos económicos percibidos por semana después de la inversión PROCOMPITE*

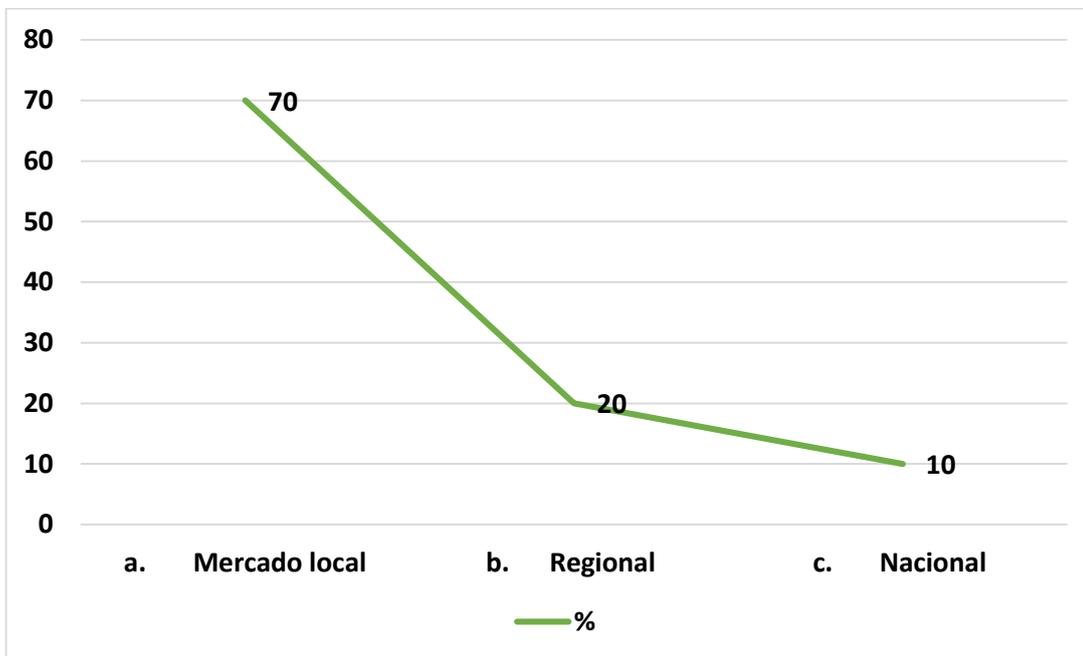


Nota: Elaboración propia

De acuerdo a los ingresos económicos percibidos por semana después de la inversión PROCOMPITE, nos muestra que el 40% de los artesanos perciben ingresos semanales de 400 a 600 soles, 26% de los artesanos perciben ingresos de 200 a 400 soles, el 18 % de los artesanos perciben ingresos de 600 a 800 soles, el 12% de los artesanos perciben ingresos de menos de 200 soles y el 6% de los artesanos indican que perciben ingresos superiores a 800 soles. La inversión de PROCOMPITE, ayudo a mejorar de gran manera a que los artesanos puedan percibir mayores ingresos, tras la inversión en transferencia de bienes y servicios.

**Figura 17.**

*Mercados de distribución antes de la inversión PROCOMPITE*

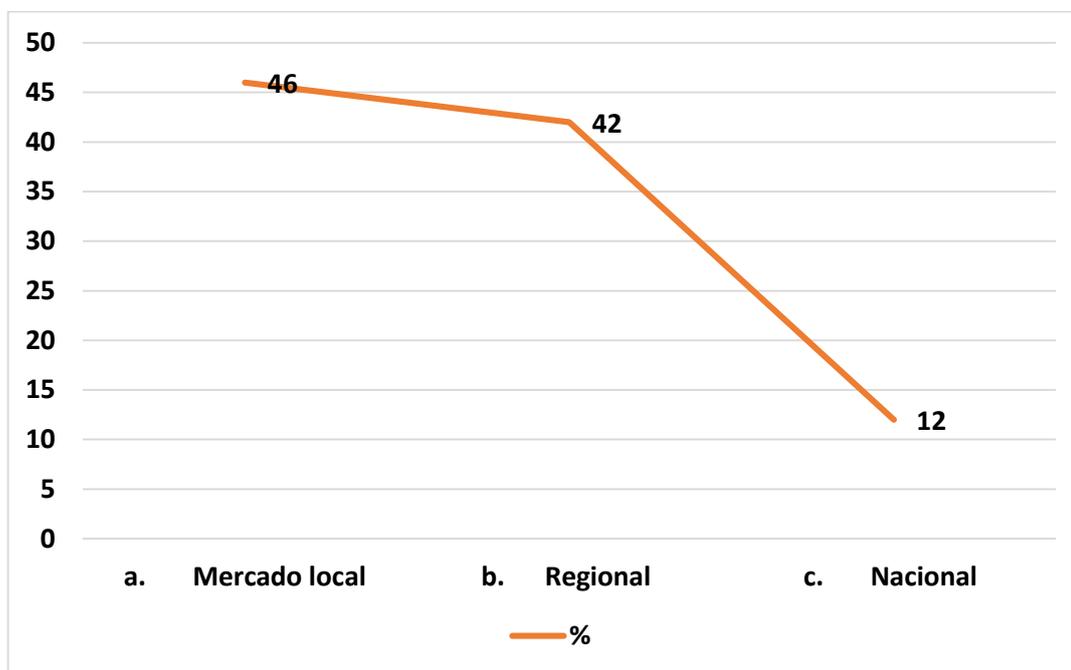


Nota: Elaboración propia

Con respecto a los mercados de distribución antes de la inversión PROCOMPITE, se tenía que el 70% de los artesanos tenían como su mercado de distribución el mercado local, el 20% tenía como mercado de distribución el mercado regional y tan solo el 10% de los artesanos llegaban al mercado nacional. Por lo que antes de la inversión de PROCOMPITE se tenía un mercado de distribución reducido que no les permitía expandirse.

**Figura 18.**

*Mercados de distribución después de la inversión PROCOMPITE*

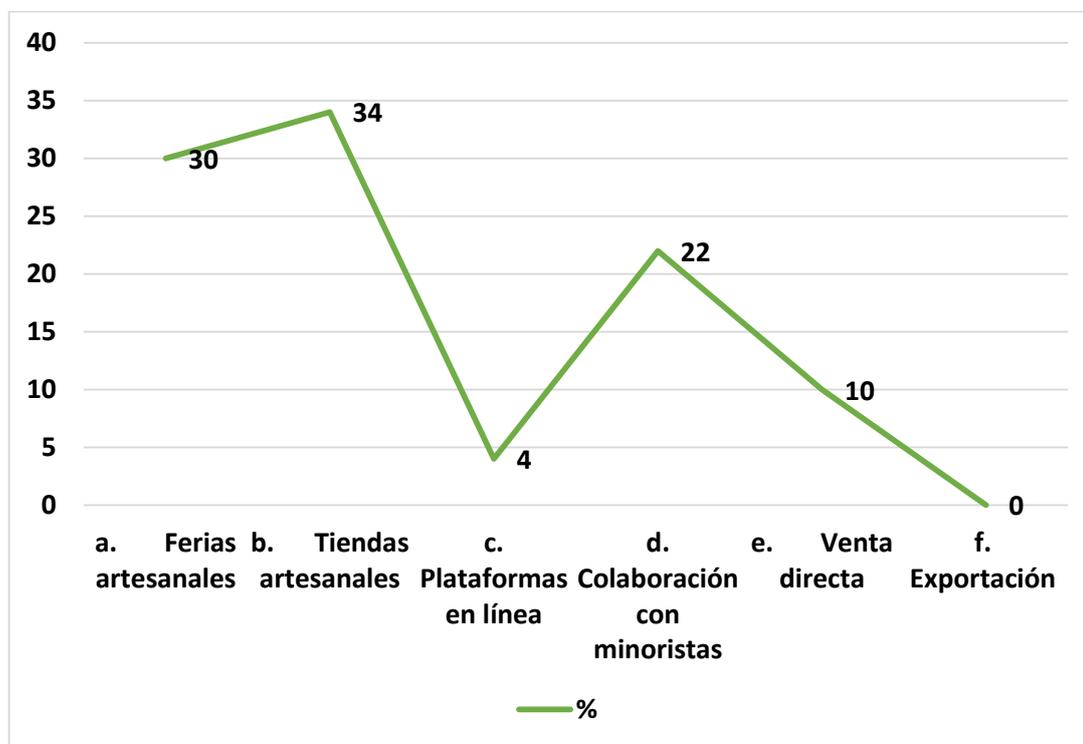


Nota: Elaboración propia

Con respecto a los mercados de distribución después de la inversión PROCOMPITE, nos indica que el 46% de los artesanos tienen como mercado de distribución el mercado local, el 42% de los artesanos tienen como mercado de distribución el mercado regional y el 12% de artesanos tiene el mercado nacional. Por lo que el apoyo de la inversión PROCOMPITE ayudó a los artesanos a poder expandir su mercado y poder llegar a los distintos mercados mejorando su competitividad como productores artesanos.

**Figura 19.**

*Canales de comercialización antes de la inversión PROCOMPITE*

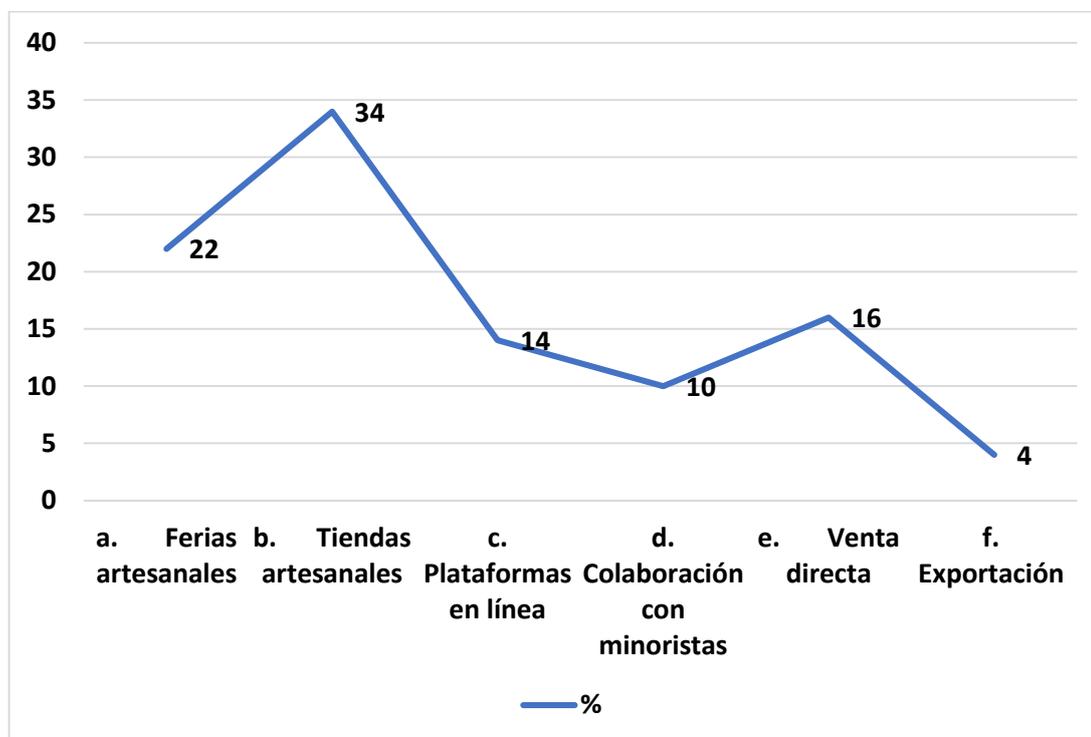


Nota: Elaboración propia

Respecto a los canales de comercialización antes de la inversión PROCOMPITE se muestra que el 34% de los artesanos comercializaban a través de las tiendas artesanales, el 30% de los artesanos en las ferias artesanales, el 22% de los artesanos en colaboración con los minoristas, el 10% de artesanos a través de la venta directa y solo el 4% de los artesanos lo comercializa por plataformas en línea.

**Figura 20.**

*Canales de comercialización después de la inversión PROCOMPITE*



Nota: Elaboración propia

Respecto a los canales de comercialización después de la inversión de PROCOMPITE, se constata que de 34% de artesanos el canal de comercialización se da a través de tiendas artesanales; 8% artesanos indican que se da a través de las ferias artesanales, 16% de artesanos indican que es por venta directa; el 14% se da por las plataformas en línea; el 10% lo hace en colaboración con los minoristas y tan solo el 4% de los artesanos logran exportar sus productos.

Lo que nos indica que la inversión PROCOMPITE ha ayudado en el fortalecimiento de los canales de comercialización para los artesanos y poder llegar a otros mercados.

### **5.1.2. Distribución de frecuencia**

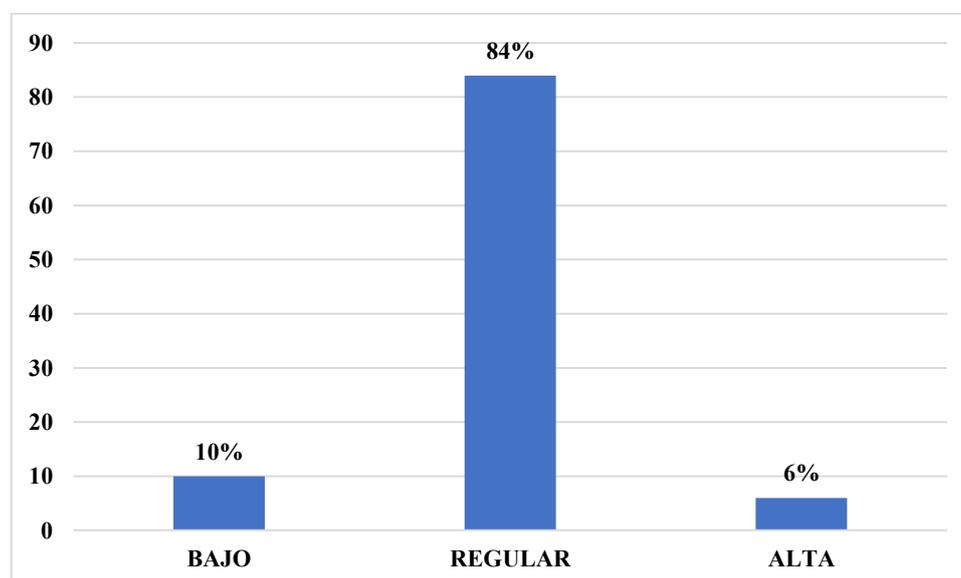
Se presenta la distribución de frecuencia de las encuestas efectuadas a los integrantes de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago, con referencia a las variables Inversión PROCOMPITE y competitividad, así como también sus respectivas dimensiones.

**Tabla 9.**  
*Inversión PROCOMPITE*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	10,0	10,0	10,0
	REGULAR	42	84,0	84,0	94,0
	ALTA	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

**Figura 21.**  
*Inversión PROCOMPITE*



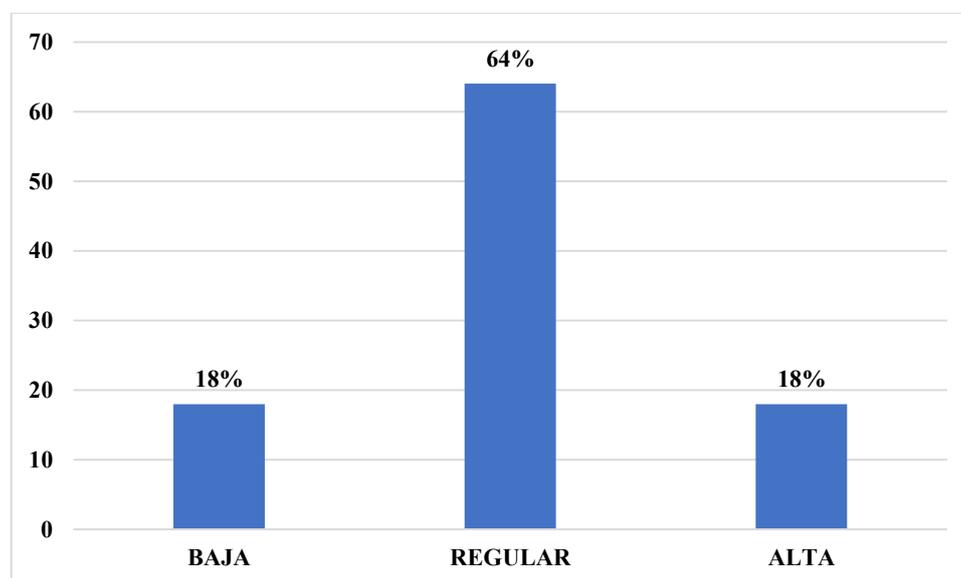
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos de las 50 encuestas realizadas a los artesanos, se observa que el 84% de ellos perciben que la inversión PROCOMPITE fue regular, mientras que un 10% la calificó como baja y un 6% como alta. Este análisis revela una percepción mayoritaria entre los artesanos encuestados de que la inversión PROCOMPITE ha sido de calidad regular. Esta percepción podría sugerir que existe un margen considerable para mejorar o ajustar los programas de inversión para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los artesanos. Además, es importante tener en cuenta la opinión de aquellos que consideran la inversión como baja o alta, ya que sus puntos de vista proporcionar información valiosa sobre áreas específicas que necesitan ser atendidas o fortalecidas.

**Tabla 10.***Transferencia de bienes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	9	18,0	18,0	18,0
	REGULAR	32	64,0	64,0	82,0
	ALTA	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

**Figura 22.***Transferencia de bienes*

Fuente: Elaboración propia

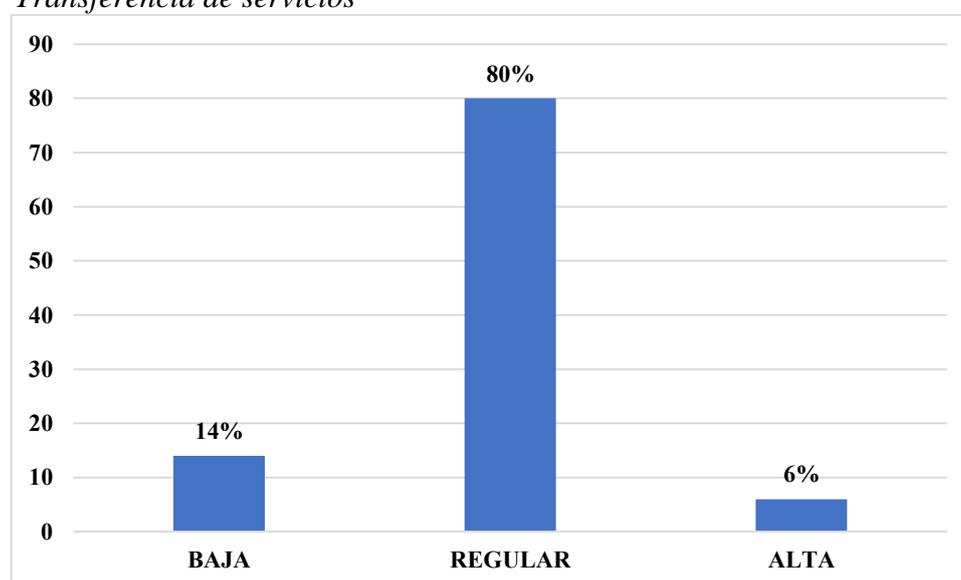
Con respecto a la dimensión transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE, del total de 50 artesanos encuestados. El 64% refieren que la transferencia de bienes es regular, seguido del 18% que perciben como baja y 18% como alta. Aunque la mayoría clasifica la transferencia como regular, es importante analizar en detalle las opiniones de aquellos que la consideran baja o alta. Los artesanos que perciben la transferencia de bienes como baja señalan áreas específicas de mejora en el programa PROCOMPITE, como la calidad de los bienes transferidos, la adecuación a sus necesidades o la eficacia del proceso de entrega.

**Tabla 11.**  
*Transferencia de servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	7	14,0	14,0	14,0
	REGULAR	40	80,0	80,0	94,0
	ALTA	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

**Figura 23.**  
*Transferencia de servicios*



Nota: Elaboración propia

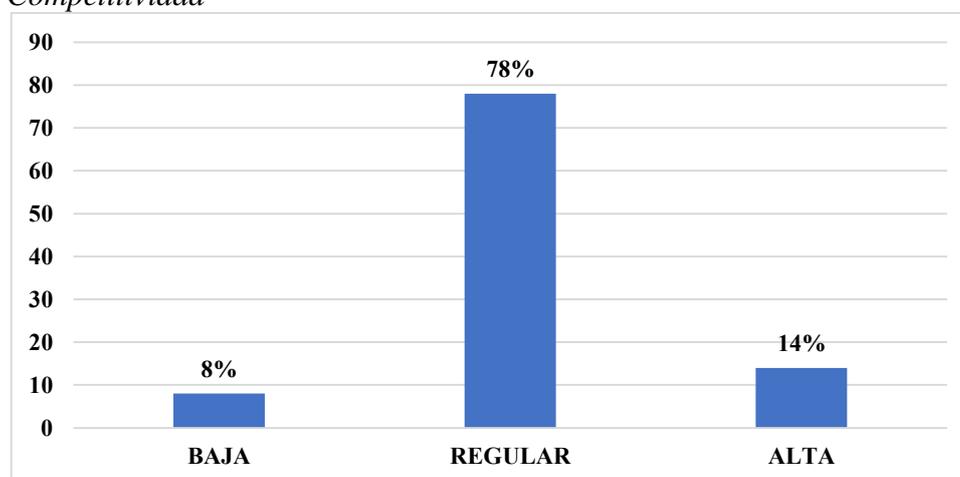
De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta realizada a 50 artesanos del distrito de Santiago, se observa que el 80% de ellos manifiestan que la dimensión de transferencia de servicios es regular. Además, un 14% de los encuestados perciben esta transferencia como baja, mientras que un 6% la considera alta. Los artesanos que perciben la transferencia de servicios como baja señalan deficiencias en la calidad y accesibilidad de los servicios ofrecidos a través del programa PROCOMPITE. Por otro lado, aquellos que la califican como alta destacan aspectos positivos del programa, como la eficacia en la entrega de servicios y la satisfacción con la variedad y calidad de las opciones disponibles que mejoraron su competitividad en el mercado.

**Tabla 12.**  
*Competitividad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	4	8,0	8,0	8,0
	REGULAR	39	78,0	78,0	86,0
	ALTA	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

**Figura 24.**  
*Competitividad*



Nota: Elaboración propia

Basado en los datos recopilados de la encuesta realizada a los 50 artesanos, se evidencia que el 78% de ellos perciben que la variable competitividad se sitúa en un nivel regular. Asimismo, un 14% de los encuestados la califica como alta, mientras que el 8% restante la considera baja. Estos resultados indican que la mayoría de los artesanos encuestados tienen una percepción neutra o promedio en cuanto a la competitividad. Los artesanos que señalan que la competitividad es baja encuentran obstáculos que dificultan su capacidad para competir en el mercado, en temas de innovación y estrategias de marketing.

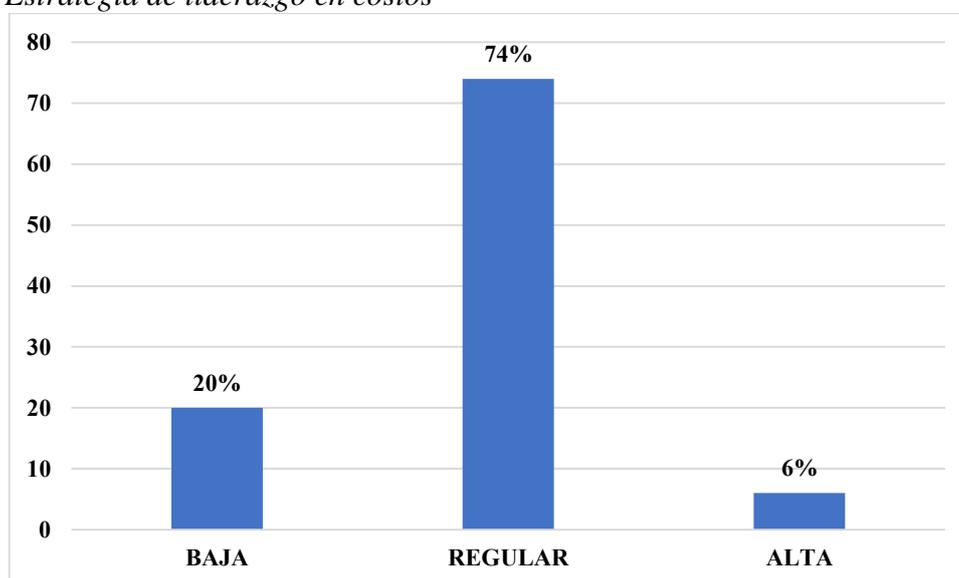
**Tabla 13.**  
*Estrategia de liderazgo en costos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	10	20,0	20,0	20,0
	REGULAR	37	74,0	74,0	94,0
	ALTA	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

**Figura 25.**

*Estrategia de liderazgo en costos*



Nota: Elaboración propia

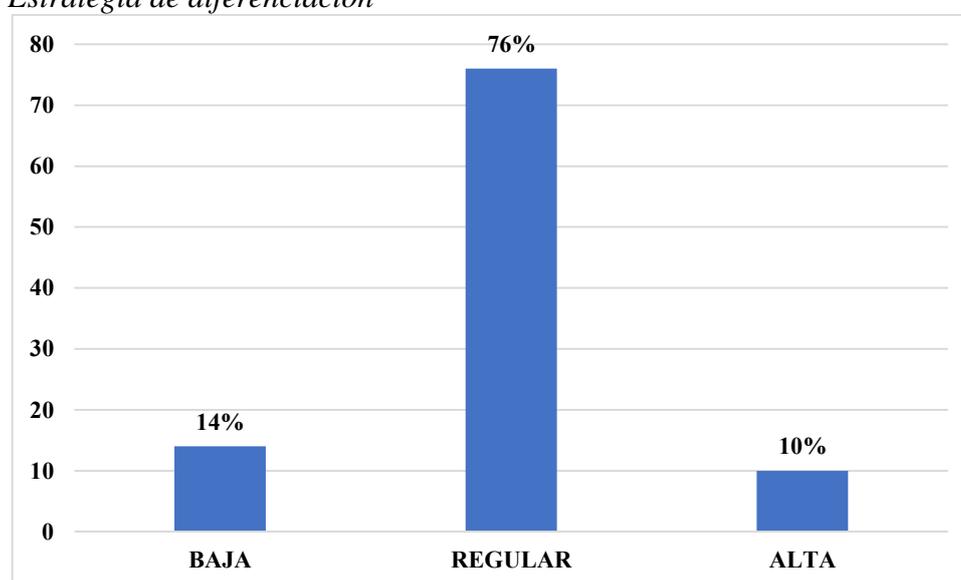
Con referencia a la dimensión estrategia de liderazgo en costos, del total de los encuestados, el 74% consideran como regular. Además, el 20% de los encuestados la perciben como baja, mientras que el 6% restante la valora como alta. Estos resultados reflejan una diversidad de percepciones entre los encuestados con respecto a la estrategia de liderazgo en costos. Aunque la mayoría la califica como regular, es importante referir que los encuestados que consideran la estrategia de liderazgo como baja pueden estar señalando la necesidad de mejorar la eficiencia en la gestión de costo, optimizar los procesos de producción, distribución, inversión tecnológica entre otros.

**Tabla 14.**  
*Estrategia de diferenciación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	7	14,0	14,0	14,0
	REGULAR	38	76,0	76,0	90,0
	ALTA	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

**Figura 26.**  
*Estrategia de diferenciación*



Nota: Elaboración propia

Con respecto a los datos recopilados de la encuesta realizada, se evidencia que, con respecto a la dimensión de estrategia de diferenciación, el 76% de los encuestados la consideran como regular. Además, el 14% de los participantes la perciben como baja, mientras que el 10% restante la valora como alta. Estos resultados reflejan una variedad de percepciones entre los encuestados con respecto a la estrategia de diferenciación. Aunque la mayoría la califica como regular, es importante señalar que del total de los encuestados que perciben como baja estarían señalando la necesidad de mejorar la originalidad, exclusividad del valor percibido de sus productos, mejorar en la segmentación del mercado para poder destacar en un mercado competitivo.

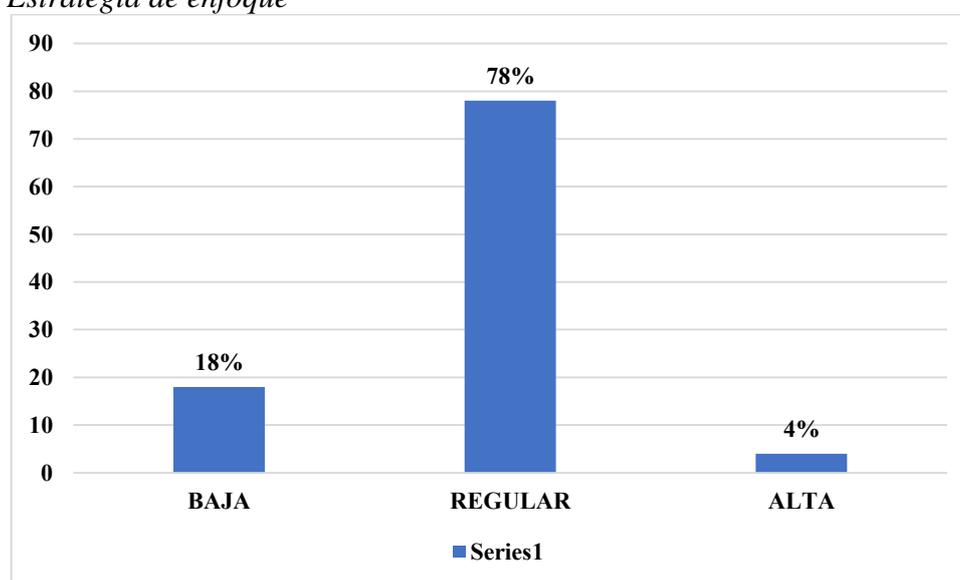
**Tabla 15.**  
*Estrategia de enfoque*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	9	18,0	18,0	18,0
	REGULAR	39	78,0	78,0	96,0
	ALTA	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

**Figura 27.**

*Estrategia de enfoque*



Nota: Elaboración propia

Basado en los datos recopilados de la encuesta realizada a los 50 artesanos, se evidencia que el 78% de ellos perciben que la dimensión con respecto a la estrategia de enfoque se sitúa en un nivel regular. Asimismo, un 18% de los encuestados la califica como baja, mientras que el 4% restante la considera alta. Estos resultados indican que la mayoría de los artesanos encuestados tienen una percepción neutra o promedio en cuanto a la estrategia de enfoque. Los artesanos que perciben la estrategia de enfoque como baja pueden señalar áreas específicas en las que se necesita mejorar la focalización de sus esfuerzos, como la segmentación del mercado, la definición de su nicho específico o la alineación de sus productos o servicios con las necesidades de su público objetivo. Por otro lado, aquellos que la valoran

como alta pueden estar destacando la efectividad de su enfoque selectivo para atender de manera precisa las demandas de un segmento específico del mercado.

### 5.1.3. Prueba de hipótesis

A continuación, se presenta el análisis de las pruebas de hipótesis general y específica planteada en el proceso de trabajo de investigación obteniendo los siguientes resultados estadísticos.

**Tabla 16**

*Prueba de hipótesis general*

		<b>Correlación</b>		
			<b>Inversión PROCOMPITE</b>	<b>Competitivi dad</b>
Rho de Spearman	Inversión	Coefficiente de correlación	1,000	,830
	PROCOMPIT	Sig. (bilateral)	.	,010
	E	N	50	50
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,830	1,000
		Sig. (bilateral)	,010	.
		N	50	50

\*\* . La correlación es significativa En el nivel 0,001 (bilateral).

Nota: Elaboración propia

En la tabla N°16, se puede observar la prueba de hipótesis general donde se muestra los resultados de la influencia de la inversión PROCOMPITE y la competitividad en la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago. En el que, se evidencia una significancia menor a 0.05, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, siendo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,830; reflejando que la relación es alta entre la Inversión PROCOMPITE y la competitividad, es decir poseen una relación directamente positiva, indicando que ante un incremento de la variable inversión PROCOMPITE también incrementa la variable competitividad.

**Tabla 17***Prueba de hipótesis específica 1*

		<b>Correlaciones</b>		
			<b>Transferencia de bienes</b>	<b>Competitividad</b>
Rho de Spearman	Transf erenci a de bienes	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 50	,750 ,027 50
	Comp etitivid ad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,750 ,027 50	1,000 . 50

\*\* . La correlación es significativa En el nivel 0,001 (bilateral).

Nota: Elaboración propia

De la misma manera se desarrolla la prueba de hipótesis específica uno; donde, refiere la relación entre la transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE y la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago. En el que, se evidencia una significancia bilateral de 0.027; rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, siendo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,750; reflejando que la relación es alta entre la Inversión PROCOMPITE y la competitividad, es decir poseen una relación proporcionalmente positiva, indicando que ante un incremento de la transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE también incrementa la variable competitividad.

**Tabla 18***Prueba de hipótesis específica 2*

<b>Correlaciones</b>				
			<b>Transferencia de servicios</b>	<b>Competitividad</b>
Rho de Spearman	Transferencia de servicios	Coeficiente de correlación	1,000	,822
		Sig. (bilateral) N	. 50	,002 50
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,822	1,000
		Sig. (bilateral) N	,002 50	. 50

\*\* . La correlación es significativa En el nivel 0,001 (bilateral).

Nota: Elaboración propia

Finalmente, se desarrolla la prueba de hipótesis específica dos; donde, refiere la relación entre la transferencia de servicios por inversión PROCOMPITE y la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago. En el cual, se evidencia una significancia bilateral de 0.002; rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, siendo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,822; reflejando que la relación es alta entre la Inversión PROCOMPITE y la competitividad, es decir poseen una relación proporcionalmente positiva, indicando que ante un incremento de la transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE también incrementa la variable competitividad.

## **5.2. Discusión**

PROCOMPITE es una herramienta estratégica que habilita a los gobiernos regionales y locales para destinar una porción de su presupuesto a la cofinanciación de Planes de Negocio en diversos sectores económicos. El objetivo principal de este programa es impulsar el desarrollo económico, promoviendo la ejecución de proyectos que generen impactos positivos en la comunidad y fortalezcan la economía local.

Los resultados de la presenta investigación en cuanto a la relación entre las variables inversión PROCOMPITE y competitividad, donde la significancia bilateral < 0.05 y la prueba

de Rho de Spearman=0.830, reflejando la correlación positiva alta entre las variables de estudio, es decir ante una mejora de la inversión PROCOMPITE la competitividad de los artesanos mejora en la misma dimensión. Estos resultados obtenidos son enmarcados en la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter, donde, refiere que la ventaja competitiva es la capacidad de una empresa para destacarse en su industria y generar un rendimiento superior al promedio en comparación con sus competidores, las cuales se da a través estrategias competitivas como son: Estrategia en liderazgo en costos, estrategia de diferenciación, estrategia de enfoque.

Estos resultados guardan similitudes con los hallazgos por Lovaton y Zavaleta (2023), en su investigación “estudio de los efectos de las inversiones PROCOMPITE en la competitividad de la cadena productiva de fresas en la Provincia de Calca”; donde muestra que, la variable inversión PROCOMPITE tiene una relación positiva con la variable competitividad de la cadena productiva de fresas teniendo como resultados significancia p-valor=0,039. El sustento teórico de la variable competitividad de las cadenas productivas estuvo respaldado por Ferraz et al (1996); donde la competitividad es la capacidad de una empresa para concebir y aplicar estrategias efectivas y/o ventajas competitivas con el fin de preservar o incrementar su participación en el mercado de manera sostenida. Con respecto a la variable inversión PROCOMPITE es sustentado con la Ley N°29337, donde se refiere que es el cofinanciamiento no reembolsable otorgado a las Propuestas Productivas de los beneficiarios, mediante procesos concursables, por los Gobiernos Regionales o Locales para mejorar la competitividad de las cadenas productivas.

Según hallazgos por Huacca (2021), en su investigación “implementación del programa PROCOMPITE y la competitividad de los pescadores artesanales del distrito de Ilo, donde concluye que la correlación entre las variables implementación del programa PROCOMPITE y competitividad es estadísticamente débil pero positiva, evidenciando empíricamente que la implementación del programa PROCOMPITE tuvo efectos positivos mínimos en la mejora de

la competitividad de los pescadores artesanales del distrito de Ilo. El sustento teórico de su investigación fue dado por (Porter,1991, citado en Fernando, 2015) donde la competitividad es la capacidad que tiene una organización para obtener y mantener ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

Asimismo, se asemeja a los resultados obtenido por Vergara, Herrera (2017), en su investigación “efectos de la inversión con el PROCOMPITE en la competitividad de la cadena productiva del café en el distrito de Quellouno”, donde la inversión realizada en el programa PROCOMPITE ha generado un notable impacto en la competitividad de la producción de café, especialmente en las 05 cuencas que abarcan el área del distrito de Quellouno. Esta inversión ha tenido un efecto positivo significativo en la mejora tanto de la producción como de la productividad del grano de café en la región. Los resultados positivos en la cadena de producción se evidencian a través del aumento de los volúmenes de producción promedio por hectárea, alcanzando hasta 20 quintales, así como en el rendimiento en taza, que ha llegado hasta el 70%.

El fortalecimiento de las capacidades técnicas y productivas de los productores de café, junto con la implementación de tecnologías adecuadas en todas las etapas del proceso productivo, desde la cosecha hasta la postcosecha, ha sido fundamental para garantizar la competitividad sostenible del café en la zona de Quellouno. Este enfoque ha incluido la introducción de tecnología y el suministro de insumos específicos para las áreas productivas de café, lo que ha contribuido de manera significativa a mejorar la eficiencia y la calidad del producto final.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### CONCLUSIONES

Se concluye que del total de los artesanos encuestados el 84% manifiestan que la inversión PROCOMPITE fue regular, así como también 78% manifiestan que la competitividad fue regular. Con respecto a la correlación entre las variables se halló como significancia bilateral = 0,010 y el coeficiente de Rho de Spearman=0,830 afirmando la hipótesis planteada y rechazando la hipótesis nula. Es así que, se afirma la relación significativa entre las variables inversión PROCOMPITE y la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago; donde, a medida que incrementa la inversión PROCOMPITE también incrementa en la misma medida la competitividad. Donde, se puede afirmar que la transferencia de bienes y servicios mejoro la competitividad de los productores artesanos del distrito de Santiago.

Se concluye que, del total de los encuestados el 64% perciben la transferencia de bienes como regular. En cuanto a la correlación existente entre la transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE y la influencia en la competitividad de los artesanos, se tiene como significancia bilateral=0,027 siendo el coeficiente de correlación de Rho de Spearman=0.750; afirmando la hipótesis planteada y rechazando la hipótesis nula. Es así que se afirma la relación significativa positiva entre transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE y la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago, donde a medida que mejore la transferencia de bienes en la misma medida mejorara la competitividad de los artesanos. Donde, se puede afirmar que la transferencia de mejores maquinas, equipos, insumos y materiales a los artesanos se vería reflejado en la mejora de su competitividad en el mercado.

Se concluye que, del total de los encuestados el 80% perciben la transferencia de servicios como regular. En cuanto a la correlación existente entre la transferencia de servicios y la competitividad de los artesanos, se tiene como significancia bilateral=0.002 siendo el

coeficiente de correlación de Rho de Spearman=0.822; afirmando la hipótesis planteada y rechazando la hipótesis nula. Es así que se afirma la relación significativa positiva entre transferencia de servicios por inversión PROCOMPITE y la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago, donde a medida que mejore la transferencia de servicios en la misma medida mejorara la competitividad de los artesanos. Donde, se puede afirmar que la transferencia de servicios en cuanto a la asistencia técnica y capacitación reflejaría positivamente en la mejora de su competitividad en el mercado.

Se concluye que, durante el periodo de estudio en el año 2014 se obtuvo el mayor presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE con un monto total de S/5,173,504.70; a nivel distrital ocupa el tercer lugar con mayor presupuesto potencial de inversión PROCOMPITE. Asimismo, el monto ejecutado por inversión PROCOMPITE fue de S/ 640.407.00; representado el 3% del total de la inversión potencial. Así también después de la ejecución de inversión PROCOMPITE diversificaron el tipo de producción artesanal, entre ellas la cerámica, joyería, textil, peletería y otros; en cuanto al volumen de producción incrementaron de menos de 200 unidades a 600- 800 unidades por semana, incremento el número de trabajadores de menos de 5 personas a 5-10 personas en su centro de producción, el volumen de ventas incremento de 200-400 unidades a 400-600 unidades, los ingresos económicos incremento de 200-400 soles a 400-600 soles, el mercado de distribución se amplió al mercado local y regional y los canales de comercialización se diversificaron.

## RECOMENDACIONES

Los Gobiernos Regionales y Locales los cuales tienen facultad de destinar hasta el 10% de sus recursos presupuestarios para gastos en proyectos PROCOMPITE. Se recomienda que la Municipalidad Distrital de Santiago aumente la asignación presupuestaria para la Oficina de PROCOMPITE, como el objetivo de permitir que las asociaciones beneficiarias puedan abarcar más de un eslabón en la cadena productiva y mejorar sus capacidades. De esta manera, podrán aumentar su competitividad en el mercado y contribuir al desarrollo económico local.

Se recomienda que la Oficina de PROCOMPITE continúe impulsando la inversión en el sector artesanal, especialmente considerando que Cusco es reconocido como una zona turística de renombre. La artesanía local no solo representa una parte integral de la cultura y la identidad cusqueña, sino que también tiene un gran potencial para ser reconocida a nivel mundial. Al promover y apoyar la industria artesanal, se pueden crear oportunidades significativas para los artesanos locales, así como contribuir al crecimiento económico y al desarrollo sostenible de la región.

Se recomienda, intensificar la difusión sobre las oportunidades de inversión que ofrece el programa PROCOMPITE, con el objetivo de fomentar la participación de todos los sectores económicos. Así como, promover la integración de diversas actividades productivas, en las iniciativas respaldadas por el programa PROCOMPITE. Esto no solo contribuirá al desarrollo económico local, sino que también impulsaría e incentivaría la formalización de los trabajadores informales, convirtiéndose en Agentes Económicos Organizados.

Se recomienda a los Agentes Económicos Organizados que han participado en iniciativas respaldadas por PROCOMPITE que continúen aplicando las enseñanzas por el programa para seguir mejorando en su producción y competitividad. Este impulso hacia la mejora continua es fundamental para garantizar el crecimiento sostenible de sus actividades económicas y maximizar los beneficios derivados de su participación en el programa.

### Bibliografía

- Alburquerque, F. (2018). *Conceptos básicos de economía en busca de un enfoque ético, social y ambiental*. Deusto. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.orquestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/libros/colecciones-especiales/Conceptos-basicos-economia-enfoque-etico.pdf
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa: Enfoque Consulting. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/AriasGonzales\_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion\_libro.pdf
- Ascencios, K. (2022). PROCOMPITE, una estrategia para la competitividad de los pequeños productores rurales en el Perú. *Saber Servir*, 7. Obtenido de <https://revista.enap.edu.pe/article/view/4843/5347>
- Cartolin, M. (2021). *Impacto de la Artesanía en el Desarrollo Socioeconómico de la Comunidad de Ccorao, Distrito de San Sebastián, Provincia del Cusco, 2014 -2018*. UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO, CUSCO, CUSCO. Obtenido de [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4417/Marianela\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4417/Marianela_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Centrum PUCP. (20 de Junio de 2023). *Ranking de competitividad mundial 2023*. Obtenido de Noticias Institucionales: <https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/noticias-institucionales/ranking-competitividad-mundial-2023-peru-desciende-puesto-55/#:~:text=Latinoam%C3%A9rica%20en%20el%20Ranking%202023,ahora%20en%20el%20puesto%2056>.
- Congreso de la Republica del Perú. (2021, 21 de mayo). *Reglamento de la Ley N° 29337, Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva*. Lima: Diario

Oficial del Bicentenario El Peruano. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1921532-1>

Congreso de la Republica del Perú. (1955, 10 de junio). *Creando los distritos 24 de junio y Santiago en la provinci del cercado de Cusco*. Cusco. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/12336.pdf>

Contoy, L. (2023). *El programa Procompite y la competitividad de los Productores Textiles del Distrito de Santiago*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco. Obtenido de <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/8142>

Diaz, B. (2019). *Imapcto economico de la Estrategia Procompite en la cadena de valor de la vid en el period 2013-2018*. Huacho -Peru. Obtenido de <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/3208>

Elorrieta, J., Machacuay, J., & Paullo, A. (2007). *El rol de los gobiernos locales en la promoción del desarrollo*. Cusco: Centro Guaman Poma de Ayala. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/5254/resource\\_files/6.El\\_rol\\_de\\_los\\_Gobiernos\\_Locales.pdf?v=63735919298](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/5254/resource_files/6.El_rol_de_los_Gobiernos_Locales.pdf?v=63735919298)

Ferraz, J., Kupfer, D., & Haguenaer, L. (1996). *El desafío competitivo para la industria brasileña*. CEPAL. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c7dcca34-473d-46f9-9f33-d9a816f4fad5/content>

Huacca, Y. (2021). *IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA PROCOMPITE Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS PESCADORES ARTESANALES DEL DISTRITO DE ILO, PROVINCIA DE ILO, 2021*. Universidad Nacional de Moquegua, Moquegua, Moquegua. Obtenido de <https://repositorio.unam.edu.pe/handle/UNAM/295>

- Instituto de Estudios Bursátiles. (25 de Febrero de 2022). *Las grandes lecciones de Michael Porter, el padre de la estrategia empresarial*. Obtenido de IEB: <https://www.ieb.es/las-grandes-lecciones-de-michael-porter-el-padre-de-la-estrategia-empresarial/>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua\\_a2016\\_cap1-2.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf)
- Lovaton, J., & Zavaletta, H. (2023). *Estudio de los Efectos de Procompite en la Competitividad de la Cadena Productiva de Fresas en la Provincia de Calca*. Universidad de San Antono Abad del Cusco, Cusco, Cusco. Obtenido de <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/7915>
- Machacuay, R. H. (2009). *Desarrollo Economico Local*. Madrid, España: Alpha servicios graficos.
- Ministerio de la Producción. (02 de Enero de 2024). *PROCOMPITE*. Obtenido de MEF: <https://procompite.produce.gob.pe/index.php/presentacion-procompite/que-es>
- Municipalidad Distrital de Santiago. (2004). *Plan de Desarrollo Concertado de Santiago*. Cusco: Municipalidad Distrital de Santiago. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/402686799/Plan-de-desarrollo-concertado-de-Santiago-1-pdf>
- Porter, M. (2008). *Estrategias competitivas*. México: Grupo editorial patria. Obtenido de [https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA\\_COMPETITIVA\\_T%C3%A9nicas\\_para\\_el\\_an%C3%A1lisis\\_de\\_los\\_sector\\_y\\_de\\_la\\_competencia](https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9nicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sector_y_de_la_competencia)
- Porter, M. (2008). *How Competitive Forces Shape Strategy*. Harvard Business Review. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcgclclefindmkaj/https://asiakas.kotisivukone.com/files/1aatuoptimi2013.kotisivukone.com/tiedostot/porter\\_5competitive\\_forces.pdf](chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcgclclefindmkaj/https://asiakas.kotisivukone.com/files/1aatuoptimi2013.kotisivukone.com/tiedostot/porter_5competitive_forces.pdf)

- Posada, C. (2022). *La competitividad productiva y la necesaria insercion en las cadenas globales de valor*. Comercio Exterior. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/posada\_746/-la-competitividad-productiva-y-la-necesaria-inserci%C3%B3n-en-las-cadenas-globales-de-valor.pdf
- PRODUCE. (2021). *Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/produce/normas-legales/1495404-001-2021-produce>
- PRODUCE. (2021). *Decreto Supremo N° 01-2021-PRODUCE*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/produce/normas-legales/1495404-001-2021-produce>
- Romero, P., Lázaro, C., & González, J. (2013). *Estadística descriptiva e inferencial*. ResearchGate. Obtenido de <file:///D:/Downloads/Estadisticadescriptivaseinferencial.pdf>
- Tognola, J. (s.f.). *Doctora y Maestra en Desarrollo Económico por Universidade Federal do Rio Grande do Sul*.
- Universidad Femenina del Sagrado Corazón. (2019). *Reglamento de propiedad intelectual*. Lima: UNIFÉ. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.unife.edu.pe/vicerrectorado\_investigacion/vri3/vri\_8\_reglamento\_propiedad\_intelectual.pdf
- USAID. (2012). *Criterios básicos para apoyar la competitividad productiva*. Lima: Ministerio de la Producción. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www2.congreso.gob.pe/sicr/ce\_ndocbib/con4\_uibd.nsf/0722A9A00F63FD3705257C5C00609E02/\$FILE/1\_pdfsam\_0016055001289241977.pdf
- Vergara, N., & Herrera, L. (2017). *Efectos de la Inversion con el Procompite en la competititividad de la Cdena Productiva del Cafe en el distrito de Quellouno-La*

*Conevncion -Cusco.2012-2014*. Lima: Universidad Catolica -Sedes Sapiemtae.

Obtenido de

[https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/518/Vergara\\_Herrera\\_tesis\\_maestria\\_2017.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/518/Vergara_Herrera_tesis_maestria_2017.pdf?sequence=1)

Vilcacundo, A. (2018). *LAS REDES EMPRESARIALES COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES TEXTILES DE LA PARROQUIA PASA*. Universidad Tecnica de Ambato, Ambato- Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28064/3/T4280M.pdf>

Zambrano, K. (2020). *Análisis de la competitividad de las exportaciones bananeras del Ecuador y sus competidores regionales, 2014-2018*. Guayaquil: Universidad Tecnologica Empresarial de Guayaquil. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/handle/123456789/1145>

# ANEXOS

## Anexo 1. Matriz de consistencia

Tema: “IMPACTO DEL PROCESO DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA DE LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL DISTRITO DE SANTIAGO-PROVINCIA DEL CUSCO-PERIDO 2014-2018”					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿De qué manera ha impactado el proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar de qué manera ha impactado el proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>El proceso de apoyo de la inversión PROCOMPITE influye significativamente en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.</p>	<p><b>Variable Independiente:</b></p> <p>Inversión PROCOMPITE</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Transferencia de bienes</li> <li>➤ Transferencia de servicios</li> </ul>	<p><b>Población:</b></p> <p>La población está compuesta por los Agentes Económicos Organizados de la cadena productiva de artesanos</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Explicativo</p>
<p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿De qué manera las transferencias de bienes por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago?</p>	<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>Determinar de qué manera las transferencias de bienes por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.</p>	<p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>La transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE ha influido positivamente en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.</p>	<p><b>Variable Dependiente:</b></p> <p>Competitividad</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estrategia de liderazgo en costos</li> <li>➤ Estrategia de diferenciación</li> <li>➤ Estrategia de enfoque</li> </ul>	<p><b>Muestra:</b></p> <p>La muestra aplicada fue la muestra censal</p>	<p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Descriptivo</p> <p><b>Unidad de análisis:</b></p> <p>Agentes Económicos Organizados de los Artesanos del Distrito de Santiago, Provincia y región Cusco.</p>
<p>¿De qué manera las transferencias de servicios por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago?</p>	<p>Determinar de qué manera las transferencias de servicios por inversión PROCOMPITE ha influido en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.</p>	<p>Las transferencias de servicios por inversión PROCOMPITE ha influido positivamente en la competitividad de la Asociación de Artesanos del Distrito de Santiago.</p>			<p><b>Población y muestra de estudio:</b></p> <p>50 productores artesanos que fueron beneficiados por el programa PROCOMPITE.</p> <p><b>Técnica de recolección de información:</b></p> <p>Encuesta y análisis documental</p>

Nota. Elaboración propia

## **Anexo 2. ENCUESTA**

La presente encuesta tiene por objetivo obtener información primaria, directamente de los productores de artesanía para el desarrollo del trabajo de investigación denominado: **“IMPACTO DEL PROCESO DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA DE LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL DISTRITO DE SANTIAGO-PROVINCIA DEL CUSCO-PERIODO 2014-2018”**, por lo cual le pedimos la honestidad y veracidad en sus respuestas. Dirigido a: Productores de los Agentes Económicos Organizados.

Marque con una (X), según su respuesta:

**1. ¿Qué edad tiene usted?**

a. 18 a 30 años

b. 31 a 40

c. 41 a 50

d. 51 a 60

e. 60 a más

**2. Género.**

a. Varón

b. Mujer

**3. ¿Qué nivel de estudios tiene?**

a. Nivel primario

b. Nivel Secundario

c. Nivel Superior Universitario

d. Nivel Técnico

e. Ninguno

4. Tipo de producción artesanal

Antes de la inversión PROCOMPITE	Después de la inversión PROCOMPITE
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Cerámica</li> <li>b. Textil</li> <li>c. Joyería</li> <li>d. Peletería</li> <li>e. Más de uno</li> <li>f. Otros (.....)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Cerámica</li> <li>b. Textil</li> <li>c. Joyería</li> <li>d. Peletería</li> <li>e. Más de uno</li> <li>f. Otros (.....)</li> </ul>

5. volumen de producción artesanal por semana

Antes de la inversión PROCOMPITE	Después de la inversión PROCOMPITE
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menos de 200 unidades</li> <li>b. 200 – 400 unidades.</li> <li>c. 400- 600 unidades</li> <li>d. 600-800 unidades</li> <li>e. 800-1000 unidades</li> <li>f. Más de 1000 unidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menos de 200 unidades</li> <li>b. 200 – 400 unidades.</li> <li>c. 400- 600 unidades</li> <li>d. 600-800 unidades</li> <li>e. 800-1000 unidades</li> <li>f. Más de 1000 unidades</li> </ul>

6. Número de trabajadores en el centro de producción

Antes de la inversión PROCOMPITE	Después de la inversión PROCOMPITE
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menos de 5 personas</li> <li>b. 5-10 personas</li> <li>c. 10-15 personas</li> <li>d. 15- 20 personas</li> <li>e. 20 a más personas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menos de 5 personas</li> <li>b. 5-10 personas</li> <li>c. 10-15 personas</li> <li>d. 15- 20 personas</li> <li>e. 20 a más personas</li> </ul>

7. volumen de ventas por semana

Antes de la inversión PROCOMPITE	Después de la inversión PROCOMPITE
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menos de 200 unidades</li> <li>b. 200 – 400 unidades.</li> <li>c. 400- 600 unidades</li> <li>d. 600-800 unidades</li> <li>e. 800-1000 unidades</li> <li>f. Más de 1000 unidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menos de 200 unidades</li> <li>b. 200 – 400 unidades.</li> <li>c. 400- 600 unidades</li> <li>d. 600-800 unidades</li> <li>e. 800-1000 unidades</li> <li>f. Más de 1000 unidades</li> </ul>

## 8. Ingreso económico percibido por semana

Antes de la inversión PROCOMPITE	Después de la inversión PROCOMPITE
<ul style="list-style-type: none"><li>a. Menos de 200 soles</li><li>b. 200 – 400 soles</li><li>c. 400- 600 soles</li><li>d. 600-800 soles</li><li>e. Más de 800 soles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>a. Menos de 200 soles</li><li>b. 200 – 400 soles</li><li>c. 400- 600 soles</li><li>d. 600-800 soles</li><li>e. Más de 800 soles</li></ul>

## 9. Mercados de distribución

Antes de la inversión PROCOMPITE	Después de la inversión PROCOMPITE
<ul style="list-style-type: none"><li>a. Mercado local</li><li>b. Regional</li><li>c. Nacional</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>a. Mercado local</li><li>b. Regional</li><li>c. Nacional</li></ul>

## 10. Canales de comercialización

Antes de la inversión PROCOMPITE	Después de la inversión PROCOMPITE
<ul style="list-style-type: none"><li>a. Ferias artesanales</li><li>b. Tiendas artesanales</li><li>c. Plataformas en línea</li><li>d. Colaboración con minoristas</li><li>e. Venta directa</li><li>f. Exportación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>a. Ferias artesanales</li><li>b. Tiendas artesanales</li><li>c. Plataformas en línea</li><li>d. Colaboración con minoristas</li><li>e. Venta directa</li><li>f. Exportación</li></ul>

MARQUE CON (X), SEGÚN ESCALA DE LIKERT

<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
1	2	3	4	5

<b>INVERSION PROCOMPITE</b>						
<b>ITEMS</b>	<b>D1. TRANSFERENCIA DE BIENES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Considera que la transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE mejoró su producción					
2	Considera que las maquinarias obtenidas por inversión PROCOMPITE mejoraron la competitividad de su empresa					
3	Considera que las trasferencias de bienes por inversión PROCOMPITE fue un gran apoyo que impulso el crecimiento de su empresa					
4	Considera que la transferencia de bienes por inversión PROCOMPITE fue de gran innovación tecnológica					
5	Considera importante recibir apoyos externos en cuanto a transferencia de bienes para mejorar su producción					
	<b>D2. TRANSFERENCIA DE SERVICIOS</b>					
6	Considera que la asistencia técnica proporcionada por inversión PROCOMPITE mejoro la competitividad de su empresa.					
7	Considera que el apoyo técnico recibido por inversión PROCOMPITE mejoro el desarrollo organizacional de su empresa					
8	Considera que la capacitación en tecnología por inversión PROCOMPITE mejoró el enfoque de sus ventas					
9	Considera que las capacitaciones mejoran el desarrollo de habilidades y competencias					
10	Considera que las capacitaciones mejoran el rendimiento laboral					
11	Considera importante estar en constante capacitación para el desarrollo organizacional de la empresa					

<b>COMPETITIVIDAD</b>						
<b>ITEMS</b>	<b>D1. ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN COSTOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Considera que la eficiencia del proceso de producción mejora la competitividad					
2	Considera que el proceso de distribución desempeña un papel fundamental para la competitividad					
3	Considera que la eficiencia del proceso de administración desempeña un papel fundamental en la competitividad					
4	Considera que el control de gasto eficiente mejora la competitividad de la empresa					
5	Considera que la inversión en tecnología permite a las empresas innovar y desarrollar diversos productos					
6	Considera que la inversión en talento humano es uno de los activos más importantes para desarrollar competitividad en su empresa					
	<b>D2. ESTRATEGIA DE DIFERENCIACION</b>					
7	Considera que la calidad del producto es necesario para satisfacer las expectativas de los clientes					
8	Considera que la calidad del producto es una herramienta clave en la estrategia de diferenciación					
9	Considera que la innovación tecnológica permite a las empresas desarrollar productos únicos que destaquen en el mercado					
10	Considera que la imagen de marca es importante para diferenciarse de los competidores y captar la atención del consumidor					
11	Considera que la innovación tecnológica puede ser un factor diferenciador importante en el mercado					
12	Considera que brindar al cliente un servicio diferenciado mejora el desempeño de la empresa					
13	Considera que resolver problemas de manera rápido y efectiva puede ser un factor diferenciador importante					

	<b>D3. ESTRATEGIA DE ENFOQUE</b>					
14	Considera que la segmentación de mercado garantiza la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo de las empresas					
15	Considera que la segmentación del mercado es esencial para ser competitivo en el mercado					
16	Considera que la oferta de productos personalizados logra el éxito en el mercado					
17	Considera que los productos personalizados benefician tanto a los consumidores como a las empresas					
18	Considera que las estrategias de marketing mejoran la competitividad de la empresa					
19	Considera que las estrategias de marketing aplicada por su empresa son eficientes					
20	Considera que su empresa identifica eficientemente el mercado objetivo					

### Anexo 3. Base de datos

#### V1. Inversión PROCOMPITE

	D1					D2					
E1	1	2	3	4	5	3	1	3	3	1	1
E2	4	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4
E3	3	2	1	3	3	2	1	1	2	3	4
E4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3
E5	4	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3
E6	2	3	3	3	2	3	1	2	1	1	2
E7	5	3	1	4	1	3	3	2	3	3	3
E8	5	1	3	1	1	3	1	5	3	4	3
E9	2	4	3	4	1	3	3	1	3	4	3
E10	2	4	3	3	3	3	3	3	3	1	2
E11	3	3	3	4	2	3	4	2	2	3	4
E12	3	4	4	4	3	3	4	1	2	1	5
E13	3	1	4	4	5	3	4	3	5	1	5
E14	3	1	4	2	5	4	1	2	2	2	1
E15	3	3	2	3	5	4	2	2	5	3	3
E16	3	2	3	4	5	4	2	2	5	5	3
E17	3	2	2	4	2	2	5	3	1	5	3
E18	3	3	3	4	3	3	3	3	2	1	3
E19	1	3	4	3	2	5	3	3	1	3	3
E20	1	5	2	5	3	3	3	3	1	5	2
E21	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
E22	2	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4
E23	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	5

E24	3	4	4	3	4	2	3	5	3	3	4
E25	3	3	3	4	4	2	4	5	3	3	3
E26	3	4	3	3	3	2	4	5	2	4	3
E27	3	4	3	2	1	5	4	3	3	4	3
E28	4	2	2	2	3	5	4	3	4	3	3
E29	3	2	3	2	3	4	2	2	2	3	4
E30	3	2	3	3	1	4	4	2	1	3	3
E31	5	5	2	2	3	4	2	2	5	3	3
E32	5	5	3	3	3	3	1	3	5	2	3
E33	2	2	4	4	5	3	1	3	1	2	2
E34	2	3	4	4	1	3	1	3	2	2	2
E35	3	5	3	3	2	1	4	3	3	5	4
E36	2	5	2	3	2	1	5	3	3	1	2
E37	4	3	5	3	5	3	4	5	3	1	4
E38	5	5	1	4	3	4	4	2	2	3	3
E39	1	5	2	4	3	4	3	5	4	3	3
E40	3	3	2	4	5	4	3	2	5	3	3
E41	5	2	1	3	3	3	3	3	3	4	3
E42	3	2	1	5	5	3	3	1	5	3	3
E43	5	3	5	2	3	3	3	1	3	1	3
E44	4	3	2	4	4	2	4	1	5	4	2
E45	3	4	2	4	4	3	5	3	3	3	4
E46	4	4	2	3	3	3	2	1	3	5	4
E47	5	3	3	4	5	5	2	3	5	3	5
E48	3	3	3	3	3	3	5	3	2	5	1
E49	3	3	1	1	3	3	1	3	3	3	5
E50	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	1

## V2. Competitividad

	D1						D2						D3							
E1	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2
E2	3	1	2	3	1	4	1	2	3	1	3	5	1	3	3	1	2	2	4	1
E3	5	3	5	5	5	4	2	1	3	4	5	1	1	1	3	5	2	1	3	1
E4	1	3	4	4	5	1	2	3	4	5	1	1	1	4	3	5	2	3	3	2
E5	1	1	4	5	1	1	1	3	3	1	1	2	2	1	3	3	3	3	4	1
E6	5	3	5	3	4	3	1	2	4	5	2	1	5	5	1	3	5	4	1	3
E7	4	1	1	4	4	1	3	2	3	3	4	3	1	3	5	4	4	2	1	1
E8	3	3	4	3	2	2	3	1	1	1	5	2	4	1	5	1	5	2	5	1
E9	4	2	2	5	1	2	3	4	5	5	4	4	2	1	3	3	3	1	2	4
E10	2	1	2	1	3	3	1	1	3	3	1	5	2	4	3	5	5	5	2	4
E11	1	3	3	4	3	2	5	4	2	5	5	3	3	4	3	1	3	1	5	3
E12	2	4	3	1	1	1	1	2	3	5	4	4	2	5	5	1	3	2	3	2
E13	2	2	2	5	2	4	2	2	5	1	2	4	1	2	3	4	1	2	1	1
E14	1	4	5	3	3	5	5	3	3	5	4	5	3	3	3	1	3	3	3	1
E15	2	4	2	1	1	2	4	3	5	3	4	1	3	2	2	2	1	3	3	3
E16	3	5	1	2	3	3	3	3	2	1	5	5	1	2	2	1	3	5	5	1
E17	3	2	1	5	5	1	3	3	3	1	3	5	2	4	4	4	3	4	5	2
E18	5	1	3	5	1	5	4	3	3	5	3	1	2	5	2	3	4	2	3	3
E19	1	3	3	5	3	2	3	3	1	3	3	1	2	5	3	2	2	2	1	3
E20	1	4	3	2	3	3	5	4	3	1	5	4	3	2	3	3	2	2	1	3
E21	1	3	2	1	3	1	1	5	3	1	1	3	2	3	3	3	1	2	3	3
E22	2	2	5	3	1	1	3	2	3	5	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3
E23	3	1	2	3	1	4	2	4	3	1	3	4	1	1	3	1	2	2	4	2
E24	3	3	1	1	5	5	2	2	3	4	5	5	1	3	4	4	2	2	3	2
E25	5	3	2	3	3	4	2	1	5	3	3	1	1	1	4	4	2	3	3	2

E26	1	3	2	5	5	3	1	3	3	5	3	2	2	3	3	3	3	5	4	2
E27	1	3	5	3	4	3	3	2	4	5	5	3	5	1	1	3	3	3	1	3
E28	5	1	1	1	4	2	1	2	3	3	5	3	4	3	5	4	5	2	5	3
E29	3	3	4	3	2	2	3	1	1	2	4	3	4	3	5	3	5	2	5	3
E30	1	2	2	4	5	2	3	4	5	3	4	4	2	5	3	3	4	1	5	4
E31	5	3	2	1	3	3	1	1	3	3	5	5	2	3	3	5	3	5	2	4
E32	5	2	3	4	3	2	3	4	2	5	2	3	3	4	5	5	4	5	3	3
E33	1	4	3	1	5	3	1	2	3	4	4	4	2	5	5	3	3	2	3	2
E34	2	4	2	1	2	4	3	2	4	3	2	4	2	2	3	4	1	2	5	1
E35	4	4	3	3	3	5	3	3	3	5	4	5	3	3	3	1	3	3	3	1
E36	5	4	2	3	5	2	4	3	5	3	4	3	3	2	2	2	1	3	3	3
E37	3	5	1	2	3	3	4	3	3	2	2	5	1	2	2	1	4	1	3	1
E38	5	4	1	5	2	2	3	4	1	1	3	5	2	4	2	2	5	3	3	2
E39	3	1	3	5	5	3	4	3	4	1	3	1	1	5	2	1	4	2	3	1
E40	2	3	3	1	5	2	3	3	1	3	3	3	2	5	3	2	2	2	1	1
E41	5	5	3	2	5	3	2	4	1	1	3	4	3	2	1	3	2	2	1	3
E42	5	3	1	5	5	3	1	5	3	1	1	3	2	3	3	3	1	2	3	1
E43	2	3	2	5	3	1	3	2	3	5	2	5	2	2	2	1	3	2	2	3
E44	1	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3
E45	1	5	3	1	1	3	2	1	5	3	3	5	3	4	1	3	3	5	3	4
E46	1	3	1	2	3	1	2	2	5	1	5	5	1	2	3	3	1	2	4	4
E47	2	5	3	4	1	1	2	3	4	3	2	1	5	4	3	1	3	5	5	1
E48	2	3	2	4	3	3	3	5	3	5	1	3	3	4	1	5	3	5	1	3
E49	2	1	2	1	3	4	2	3	5	5	1	2	3	3	3	5	3	3	3	1
E50	3	1	3	3	5	4	1	3	3	4	3	1	1	3	5	4	1	3	3	3