

AGR16-39-T-RESUMEN-ABSTRACT

TESIS DE MAESTRIA

TITULO ORIGINAL : CARACTERÍSTICAS, LIMITACIONES Y
POSIBILIDADES DE DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EL PERÚ

AUTOR : MARRERO SAUCEDO, Freddy Martín

E-MAIL : freddymaza@hotmail.com

INSTITUCION : UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA

UNIDAD : ESCUELA DE POSGRADO

ESPECIALIDAD : AGRONEGOCIOS

PATROCINADOR : GÓMEZ GALARZA, Vilma

JURADO : Mg,Sc Gorki Llerena Lazo de la Vega (Presidente)
Dra. Vilma Gómez Galarza (Patrocinador)
Mg.Adm. Carlos Guerrero López (Miembro)
Mg.Sc. Ramón Diez Matallana (Miembro)

FECHA DE SUSTENTACION : 25/03/2010

PALABRAS-CLAVE : PRODUCTOS AGRICOLAS; MERCADEO;
PRODUCCION; VENTAS; DEMANDA; COMPETENCIA ECONOMICA;
DESARROLLO RURAL; SOSTENIBILIDAD; EVALUACION; PERU.

RESUMEN ORIGINAL

La investigación se realizó tomando como referencia el ámbito nacional del sector de productos agrícolas orgánicos entre el 2000 y 2009, comprende una evaluación nacional respecto al crecimiento y evolución del sector, hectáreas sembradas, productores y ventas en el mercado nacional e internacional. Su propósito consistió en el análisis de las posibilidades y limitaciones de la producción y comercialización de productos agrícolas orgánicos en el Perú, como alternativa para el desarrollo rural sostenible e identifica la estrategia genérica para el desarrollo competitivo del sector.

El trabajo se justificó por no existir investigaciones anteriores respecto al sector, por su valor teórico y utilidad práctica. Se sustentó en el enfoque teórico de la competitividad a nivel nacional, sectorial y empresarial. La investigación se abordó de acuerdo al tipo de estudio descriptivo-longitudinal, se analizó y se midió la información cualitativa y cuantitativa de los determinantes del Diamante de Competitividad y de las Cinco Fuerzas de Porter, complementándose con el análisis de la matriz FODA del sector.

Los resultados fueron: Entre el 2001 y el 2009, las exportaciones de productos orgánicos pasaron de 15,1 millones a 240 millones de dólares, las hectáreas de producción orgánica de 28,225 a 314,190 y los productores de 8,505 a 46,230. La demanda interna representa el 3% y el 97% de la producción se orienta al mercado internacional. El café, banano, cacao y el mango representan el 93.6% de las exportaciones en el sector.

Concluyéndose, que la agricultura orgánica en el Perú se encuentra respaldada en los factores básicos como fuente esencial de la ventaja competitiva. La competitividad del sector está orientada principalmente a la aplicación de la estrategia de enfoque o alta segmentación.

TITULO EN INGLES : CHARACTERISTICS, LIMITATIONS AND POSSIBILITIES OF DEVELOPMENT OF PRODUCTION AND MARKETING OF ORGANIC PRODUCTS IN PERU

PALABRAS-CLAVE INGLES : AGRICULTURAL PRODUCTS, MARKETING, PRODUCTION, SALES, DEMAND, ECONOMIC COMPETITION; RURAL DEVELOPMENT, SUSTAINABILITY, EVALUATION, PERU.

RESUMEN EN INGLES

The research considered the National Organic Agricultural Products Sector among 2000 and 2009. It is related to a national evaluation process considering growing and sector development, crops in hectares, producers and national and international marketing. The purpose of the study was the analysis of advantages and disadvantages of organic agricultural production and marketing in Peru as a possible alternative for rural sustainable development and identifies the generic strategy for development competitiveness of the sector mentioned.

It is known that there is no previous research in this sector which focuses the theoretical value and practical usage. The study was based on the theoretical approach to the competitiveness at the national, sectorial and enterprise levels. The research was about a cross-sectional and descriptive one. Qualitative and Quantitative information were determinants of the Diamond Competitiveness and Porter's Five Forces measured and complemented by a SWOT matrix sector analysis.

Organic products exports, organic production in hectares increased from 15.1 to 240 million US Dollars, from 28,225 to 314,190 ha and from 8,505 to 46,230 producers respectively among 2001 and 2009 were the results. The domestic demand has only a share of 3% and 97% of the international marketing production. Main organic products are coffee, bananas, cocoa and mango and they represent 93% of total exports.

In conclusion, organic agriculture is seen as an essential source of competitive advantage in Peru. The competitiveness of the sector is mainly oriented to the implementation of the high segmentation approach strategy.

FECHA DE PUBLICACION : 20/05/2010

NUMERO DE PAGINAS : 142 p.

CIUDAD : La Molina - Lima (Perú)