



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES Y COMPETITIVIDAD EN PANADERÍAS
ARTESANALES DEL DISTRITO DE TÚCUME, PROVINCIA Y REGIÓN
LAMBAYEQUE, 2024

**Línea de investigación:
Desarrollo empresarial**

Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gestión Económica
Empresarial

Autor

Blas Ramos, Walter Eduardo

Asesor

Zambrano Cabanillas, Abel Walter

ORCID: 0000-0001-6930-5601

Jurado

Arévalo Tuesta, José Antonio

Gutiérrez Paucar, Félix Javier

Carhuamaca Borda, Raúl

Lima - Perú

2026

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES Y COMPETITIVIDAD EN PANADERÍAS ARTESANALES DEL DISTRITO DE TÚCUME, PROVINCIA Y REGIÓN LAMBAYEQUE, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.unfv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

2

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

<1%

5

repositorio.uncp.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

6

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

7

Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru

Trabajo del estudiante

<1%

8

repository.udistrital.edu.co

Fuente de Internet

<1%

9

Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal

Trabajo del estudiante

<1%

10

repositorio.ucss.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

11

Domínguez, Ada Bertha Guerrero | Guzmán, Alid Tupayachi | Broncano, Roberto Carlos

<1%



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES Y COMPETITIVIDAD
EN PANADERÍAS ARTESANALES DEL DISTRITO DE TÚCUME,
PROVINCIA Y REGIÓN LAMBAYEQUE, 2024

Línea de Investigación:
Desarrollo empresarial

Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gestión Económica
Empresarial

Autor

Blas Ramos, Walter Eduardo

Asesor

Zambrano Cabanillas, Abel Walter
ORCID: 0000-0001-6930-5601

Jurado

Arévalo Tuesta, José Antonio
Gutiérrez Paucar, Félix Javier
Carhuamaca Borda, Raúl

Lima – Perú
2026

Dedicatoria

A Dios el creador del universo

A la memoria de mis padres

A mi familia

Agradecimientos

Al Dr. Abel Walter Zambrano Cabanillas por su valiosa asesoría de la presente tesis.

A la familia Santamaría Ballena del Caserío de Caracucho quienes facilitaron su panadería artesanal donde se realizó el taller de fortalecimiento de capacidades

Al Mtro. José Manuel Santamaría Ballena y al Ing. Cayo Salomón Avendaño Fernández por todo el apoyo recibido.

ÍNDICE

Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Descripción del problema.....	4
1.3. Formulación del problema.....	6
<i>1.3.1. Problema general.....</i>	<i>6</i>
<i>1.3.2. Problemas específicos.....</i>	<i>6</i>
1.4. Antecedentes.....	7
<i>1.4.1. Antecedentes nacionales.....</i>	<i>7</i>
<i>1.4.2. Antecedentes internacionales.....</i>	<i>9</i>
1.5. Justificación de la investigación.....	12
1.6. Limitaciones de la investigación.....	14
1.7. Objetivos.....	14
<i>1.7.1. Objetivo general.....</i>	<i>14</i>
<i>1.7.2. Objetivos específicos.....</i>	<i>14</i>
1.8. Hipótesis.....	15
<i>1.8.1. Hipótesis general.....</i>	<i>15</i>
<i>1.8.2. Hipótesis específicas.....</i>	<i>15</i>
II. MARCO TEÓRICO.....	16
2.1. Fortalecimiento de capacidades.....	16
2.2. Competitividad.....	20

2.3. Marco conceptual.....	25
III. MÉTODO.....	27
3.1. Tipo de investigación.....	27
3.2. Población y muestra.....	27
3.3. Operacionalización de variables.....	29
3.4. Instrumentos.....	31
3.5. Procedimientos.....	32
3.6. Análisis de datos.....	35
IV. RESULTADOS.....	36
4.1. Acciones de fortalecimiento de capacidades.....	36
4.1.1. <i>Capacitación técnica en panificación</i>	39
4.1.2. <i>Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas</i>	50
4.2. Evaluación de variables.....	57
4.2.1. <i>Evaluación de la variable fortalecimiento de capacidades</i>	57
4.2.2. <i>Evaluación de la variable competitividad</i>	63
4.3. Contratación de las hipótesis.....	67
4.3.1. <i>Contratación de la hipótesis general</i>	68
4.3.2. <i>Contratación de la hipótesis específica 1</i>	69
4.3.3. <i>Contratación de la hipótesis específica 2</i>	70
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	72
VI. CONCLUSIONES.....	75
VII. RECOMENDACIONES.....	77
VIII. REFERENCIAS.....	78

IX. ANEXOS.....86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	30
Tabla 2. Formulación de bizcocho tipo Chancay fortificado con camote amarillo.....	40
Tabla 3. Formulación de masa madre.....	47
Tabla 4. Costos de producción del bizcocho Chancay con inclusión de camote amarillo.....	51
Tabla 5. Cálculo del costo unitario de producción.....	52
Tabla 6. Utilidad por unidad de bizcocho tipo Chancay fortificado con camote amarillo.....	53
Tabla 7. Prueba de normalidad.....	68
Tabla 8. Prueba de correlación para las variables “fortalecimiento de capacidades”..... y “competitividad”	69
Tabla 9. Prueba de correlación para la dimensión “Capacitación técnica en panificación” y la..... Variable “competitividad”.....	70
Tabla 10. Prueba de correlación para la dimensión “Capacitación en gestión de modernización... y/o creación de empresas” y la variable “competitividad”.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Empanada Globo dulce tradicional del distrito de Túcume.....	3
Figura 2. Plaza principal del caserío de Caracucho.....	37
Figura 3. Horno artesanal.....	39
Figura 4. Disposición de materias primas para desarrollo experimental.....	41
Figura 5. Etapa de amasado.....	42
Figura 6. Masa dividida en 30 partes.....	42
Figura 7. Proceso de boleado de masa.....	43
Figura 8. Productos boleados iniciando etapa de fermentación.....	44
Figura 9. Preparación del horno para el proceso de horneado.....	45
Figura 10. Bizcochos horneados siendo extraídos del horno.....	45
Figura 11. Producto final bizcocho Chancay fortificado con camote amarillo.....	46
Figura 12. Empacado del bizcocho en bolsas plásticas.....	46
Figura 13. Masa madre preparada.....	47
Figura 14. Exposición de costos de producción en pizarra.....	53
Figura 15. Grado de satisfacción total de la dimensión “capacitación técnica en panificación”...57	57
Figura 16. Grado de satisfacción total de la dimensión “capacitación técnica en panificación” por ítems.....	58
Figura 17. Grado de satisfacción total de la dimensión “capacitación en gestión de..... modernización y/o creación de empresas.....	59
Figura 18. Grado de satisfacción de la dimensión “capacitación en gestión de modernización..... y/o creación de empresas por ítems.....	60
Figura 19. Grado de satisfacción de los participantes sobre la variable “fortalecimiento de.....	

de capacidades.....	61
Figura 20. Grado de satisfacción del “fortalecimiento de capacidades” por dimensiones.....	62
Figura 21. Nivel de importancia de la dimensión “innovación”.....	63
Figura 22. Nivel de importancia de la dimensión “innovación” por ítems.....	63
Figura 23. Nivel de importancia de la dimensión “mejora continua”.....	64
Figura 24. Nivel de importancia de la dimensión “mejora continua” por ítems.....	65
Figura 25. Nivel de importancia considerada por los participantes sobre la competitividad.....	66
Figura 26. Nivel de importancia sobre la variable “competitividad” por dimensiones.....	67

Resumen

Objetivo: Determinar la influencia del “fortalecimiento de capacidades” en la “competitividad” de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque. **Método:** El estudio es de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y correlacional, la obtención de datos se realizó con un formulario con la participación de 30 panaderos artesanales. **Resultados:** Respecto a las acciones de “fortalecimiento de capacidades” el 35 % de los panaderos artesanales que participaron en el taller quedaron “extremadamente satisfechos” y el 51% “muy satisfechos”. Respecto a la dimensión “capacitación técnica en panificación”, el 63,3% de los participantes quedaron “extremadamente satisfechos” y el 33,3 “satisfechos”. Respecto a la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”, el 28% de los participantes quedaron “extremadamente satisfechos” y el 53% muy satisfechos”. Respecto a la importancia de la “competitividad”, el 39% de los panaderos artesanales del distrito de Túcume lo valoran como “muy importante” y para el 45% es “importante”. Respecto a la dimensión “innovación” el 30 % de los participantes lo valora como “muy importante” y el 46% como “importante”. **Conclusiones:** En la contratación de las hipótesis con un 5% de significancia la variable “fortalecimiento de capacidades” se relaciona en forma significativa con la “competitividad”. Así mismo las dimensiones “capacitación técnica en panificación” y “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” se relacionan en forma significativa con la variable “competitividad” todo ello en el ámbito de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

Palabras clave: fortalecimiento de capacidades, competitividad, panaderías artesanales

Abstract

Objective: Determine the influence of “capacity strengthening” on the “competitiveness” of artisanal bakeries in the district of Túcume, province and region of Lambayeque. **Method:** The study has a quantitative approach of a descriptive and correlational type, data collection was carried out with a form with the participation of 30 artisanal bakers. **Results:** Regarding the “capacity-building” actions, 35% of the artisanal bakers who participated in the workshop were “extremely satisfied” and 51% “very satisfied.” Regarding the dimension “technical training in baking”, 63.3% of the participants were “extremely satisfied” and 33.3% were “satisfied”. Regarding the dimension "training in modernization management and/or business creation", 28% of the participants were "extremely satisfied" and 53% were very satisfied. Regarding the importance of "competitiveness", 39% of artisanal bakers in the district of Túcume value it as "very important" and for 45% it is "important.". Regarding the “innovation” dimension, 30% of the participants value it as “very important” and 46% as “important”. **Conclusions:** In the contracting of the hypotheses with a 5% significance, the variable “capacity strengthening” is significantly related to “competitiveness”. Likewise, the dimensions "technical training in baking" and "training in modernization management and/or business creation" are significantly related to the variable "competitiveness", all of this in the field of artisanal bakeries in the district of Túcume.

Keywords: capacity building, competitiveness, artisanal bakeries

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Las instituciones públicas y privadas en todo el país reconocen el creciente flujo de turistas nacionales y extranjeros que visitan diversas zonas con atractivos turísticos, como es el caso del distrito de Túcume, ubicado en la región Lambayeque. Ante esta situación, se ve la necesidad de reforzar sus capacidades de gestión.

En base al plan del Gobierno Regional de Lambayeque (2019) la Municipalidad Distrital de Túcume (2019) llevó a cabo un diagnóstico del sistema productivo que derivó en la formulación de un objetivo estratégico orientado a elevar la competitividad de las actividades económicas, tanto rurales como urbanas con las siguientes líneas de acción:

-Establecer un servicio municipal dedicado a fomentar y brindar asistencia técnica para el fortalecimiento de las cadenas de valor en agricultura, industria, artesanía y turismo.

-Impulsar el desarrollo de asociaciones dentro de los sectores agrícola, industrial, artesanal y turístico, con el fin de mejorar la oferta colectiva.

-Implementar el programa “Procompite” para estimular la diversificación productiva y el cultivo orgánico con fines de agroexportación.

-Incentivar la elaboración de planes de negocio que permitan acceder a recursos financieros provenientes de fondos públicos concursables.

-Firmar convenios de cooperación interinstitucional para ofrecer a las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) servicios de articulación comercial y acceso a mercados.

-Diseñar e impartir programas de capacitación y asistencia técnica a las MYPEs.

-Incrementar la productividad y la calidad en la producción industrial, artesanal y de servicios turísticos.

Entre las funciones que desempeña la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV, 2019) se encuentra la extensión cultural y proyección social, orientadas a promover valores y atender las necesidades sociales, así como a potenciar recursos y capacidades dentro del marco de su compromiso de responsabilidad social universitaria.

Esta función que cumple la UNFV se encuentra alineada con las acciones estratégicas contempladas en el Plan de Desarrollo Concertado 2019-2025 de la Municipalidad Distrital de Túcume (2019), por ello, con el objetivo de ofrecer productos de panificación de mejor calidad que satisfagan a los consumidores, la universidad, a través de su política de Responsabilidad Social Universitaria, busca fortalecer las competencias de las panaderías artesanales, tanto en sus procesos productivos como en su gestión empresarial. Esto responde a que actualmente muchas panaderías artesanales del distrito presentan deficiencias que ocasionan insatisfacción en los clientes y mayores costos por la pérdida de productos no vendidos, debido principalmente a una baja aceptación sensorial, presentaciones poco atractivas, envases inadecuados, así como deficiencias en las condiciones higiénico-sanitarias de los espacios y del personal.

De esta forma, mediante el fortalecimiento de capacidades, se busca reducir costos y tiempos de producción, además de elevar la calidad y presentación de los productos que ofrecen estas panaderías artesanales, contribuyendo así a brindar una mejor oferta tanto para el público local como para los turistas que visitan la zona.

Cabe señalar que la UNFV ha venido desarrollando diversas actividades en el distrito de Túcume desde años atrás, debido a que allí nació el sabio epónimo que da nombre a la

institución. Entre estas actividades destaca la suscripción de un convenio interinstitucional firmado con la Municipalidad Distrital de Túcume en 2012, el cual estuvo vigente hasta 2017. (Universidad Nacional Federico Villarreal [UNFV], 2012)

Posteriormente se renovó el convenio el año 2017 por un periodo de cinco años. Ver Anexo C. (UNFV, 2017)

En la Figura 1 se presenta el dulce típico del distrito de Túcume llamado Empanada Globo que se comercializa en diferentes lugares de venta, como en puestos de mercado, vendedores ambulantes, tiendas de abarrotes y panaderías en general. Así mismo dicho producto también se comercializa en distritos cercanos a Túcume como en la ciudad de Chiclayo.

Figura 1

Empanada Globo, dulce tradicional del distrito de Túcume



Nota. Empanada Globo en venta ambulatoria en una calle de Túcume.

La empanada Globo, así como otros productos de panificación con grandes volúmenes de oferta ambulatoria son producidos en panaderías artesanales, en dichos productos se observa

diversas deficiencias que se describen a continuación:

- Falta de uniformidad en su presentación física, los productos tienen formas y tamaños muy heterogéneos.
- Falta de control en el proceso productivo observándose productos con exceso y otros con poca cocción en el horno. Los productos dorados presentan quemaduras de masa.
- El acabado con azúcar impalpable sobre la superficie muy disperejo y excesivo
- La venta en recipientes o canastas de mimbre, en cuya base se encuentra envases de bolsas de azúcar son antihigiénicos e inadecuados para su comercialización.
- Carencia de protección contra la contaminación externa durante la comercialización en calles y mercados

Todos estos factores negativos identificados conducen a una escasa expectativa de compra por parte de los consumidores locales, visitantes nacionales y extranjeros.

Las deficiencias productivas y comerciales identificadas en las panaderías artesanales del distrito de Túcume no permiten que sean competitivas y tengan escasa rentabilidad en perjuicio de las familias involucradas en el mencionado rubro productivo.

1.2. Descripción del problema

Dentro del enfoque de la presente investigación es fundamental analizar el término de Fortalecimiento de Capacidades, el cual puede estar en función al beneficiario, al respecto el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI, 2019) sostiene lo siguiente:

Entendemos el fortalecimiento de capacidades (como medio) como un proceso constante y participativo que busca generar transformaciones y mejoras en el rendimiento tanto de las personas como de sus organizaciones. Este proceso parte del desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes, y también de la optimización de procedimientos, estructuras y recursos

para alcanzar sus objetivos de manera más eficiente. El fortalecimiento de capacidades se manifiesta en dos niveles complementarios: el individual y el institucional.

Las capacidades individuales abarcan no solo conocimientos, destrezas y actitudes que se traducen en acciones concretas, sino también las redes de relaciones que permiten a las personas aplicar esas capacidades de forma efectiva. Por su parte, las capacidades institucionales hacen referencia a las condiciones internas que permiten a las organizaciones asumir sus funciones y responsabilidades; esto incluye aspectos formales y normativos de sus procesos, la disponibilidad de infraestructura, tecnología, equipos, recursos presupuestales y la voluntad política que facilita la coordinación con otras instituciones y con la sociedad. Además, se suman las capacidades personales de los miembros de la organización.

La promoción del fortalecimiento de capacidades puede realizarse de varias formas, como la difusión de información relevante a través de conferencias, seminarios, foros y conversatorios. Sin embargo, las principales estrategias utilizadas suelen ser la capacitación y la asistencia técnica que según sea el caso debe ser especializada como el caso de la panificación.

Asimismo, es fundamental tener presentes ciertos aspectos relacionados con la entidad encargada de impulsar este fortalecimiento, en este caso, la universidad mediante su política de Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Sobre esto, Schwalb et al. (2019) señalan que en la planificación y gestión de iniciativas es esencial definir con claridad el propósito: es decir, por qué se emprende y qué transformación se busca alcanzar. También se deben tener en cuenta los recursos humanos y financieros necesarios para llevar a cabo las acciones priorizadas, junto con el tiempo y los plazos requeridos. Finalmente, es importante establecer indicadores adecuados que permitan evaluar los resultados obtenidos tras implementar la iniciativa, para lo cual se utiliza generalmente cuestionarios para medir el grado de satisfacción de los beneficiarios.

En el marco del fortalecimiento de capacidades, es fundamental delimitar claramente las responsabilidades tanto de los beneficiarios (las panaderías artesanales) como de los capacitadores (la UNFV). Para ello, resulta indispensable realizar evaluaciones que permitan determinar si los beneficiarios están satisfechos con los resultados obtenidos. Si no se logra dicha conformidad, significará que las panaderías artesanales del distrito de Túcume no habrán conseguido superar las limitaciones que presentan en sus procesos productivos y comerciales. Cabe señalar que las empresas privadas deben atender las expectativas y necesidades de sus usuarios, quienes esperan acceder a bienes y servicios que les resulten útiles y satisfactorios.

En este contexto, la UNFV ha tomado la iniciativa de crear y poner en marcha un programa de fortalecimiento de capacidades dirigido específicamente a las panaderías artesanales del distrito de Túcume, con el propósito de obtener resultados tangibles y medibles. A partir de la ejecución de este programa, se busca mejorar el rendimiento empresarial, el cual será valorado mediante indicadores de gestión. Por su parte, el ejecutor del estudio ha trabajado en constituir los grupos de interés (panaderías artesanales) y en optimizar sus procesos productivos.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿En qué medida influye el fortalecimiento de capacidades en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿En qué medida influye el fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación técnica en panificación en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque?

- ¿En qué medida influye el fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes nacionales

En Monsefú, Lambayeque, panificadores artesanales crearon el “pan anticovid-19” un producto elaborado a partir de masa a la que se le añadieron ingredientes como cebolla, kion, ajo y limón, con el propósito de reforzar el sistema inmunológico de los consumidores y así contribuir a enfrentar la pandemia del coronavirus. (Andina Agencia Peruana de Noticias, 2020)

De acuerdo con el presidente de la Asociación de Panificadores de Monsefú, sus panes destacan por su buen sabor y se distribuyen en ciudades como Chiclayo, Pimentel, Tumán y Lambayeque. A partir de la sugerencia de los propios clientes de fabricar un pan que ayude a fortalecer la salud, surgió la idea del “pan anticovid-19”, que combina un sabor agradable con ingredientes reconocidos como remedios naturales para aliviar problemas respiratorios.

En Lima, Perú, Condorchúa y Chávez (2015) desarrollaron en su posgrado un plan de negocios que proponía instalar panaderías artesanales en las principales rutas de salida de Lima Metropolitana hacia el norte, centro y sur. El estudio se basó en el gran número de vehículos que circulan por esas vías, enfocándose como público objetivo en conductores que viajan por motivos laborales y turistas.

Dado que el pan es un alimento tradicionalmente consumido por la mayoría de las personas, la propuesta consiste en ofrecer pan artesanal fresco y natural, sin aditivos químicos, pensado como un snack saludable para los clientes. El servicio busca diferenciarse por su

limpieza, calidad y profesionalismo, además de brindar a los viajeros una experiencia agradable que recuerden positivamente.

En el análisis económico del plan de negocio se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de S/. 358 782 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) anual del 69%, resultados que evidencian que el proyecto es rentable y económicamente viable.

En Túcume, Lambayeque, Quiroz (2018) realizó un estudio que abordó la identidad cultural de la población local, señalando que muchos padres de familia pertenecientes a generaciones adultas se dedican a la panadería artesanal, actividad que representa parte de la identidad del distrito. Este oficio suele transmitirse a los hijos, quienes progresivamente perfeccionan los procesos para atender mejor a sus clientes.

El principio de identidad cultural se mantiene vivo gracias al rol de los padres, quienes continúan con las tradiciones en diversas actividades productivas y de servicios, como la agricultura, textilera, orfebrería, gastronomía y panadería, las cuales forman parte del patrimonio cultural que se ofrece a los turistas que visitan los sitios arqueológicos de la zona.

Por otro lado, en Lima, Perú, Belzusarri et al. (2018) diseñaron un plan de negocios para crear una panadería que se especializara en elaborar panes enriquecidos con granos andinos como quinua, chía, kiwicha y kañiwa. Este negocio tenía como mercado meta los distritos de Santiago de Surco, San Borja y Surquillo, destacando por ofrecer productos de alto valor nutricional preparados con insumos andinos. La evaluación económico-financiera del proyecto determinó que se requería una inversión inicial de S/. 107 063, de la cual el 40% sería financiada por un banco a una Tasa Efectiva Anual (TEA) del 8,9% en un periodo máximo de cinco años. Considerando un Costo de Oportunidad de Capital (COK) del 20% anual, se proyectó un VAN

de S/. 761 973 y una TIR financiera de 106%, lo que confirma que el plan de negocio es rentable y atractivo para sus inversionistas.

En Cusco, Perú, de acuerdo con la Municipalidad Provincial de Chumbivilcas (2021), la Ley Orgánica de Municipalidades señala que corresponde exclusivamente a las municipalidades distritales implementar acciones de apoyo, tanto directas como indirectas, a la actividad empresarial de su jurisdicción. Este respaldo puede abarcar áreas como información, capacitación, acceso a mercados, tecnología, financiamiento, entre otros, con el objetivo de incrementar la competitividad.

Como parte de su cronograma de capacitaciones para el año 2021, la municipalidad programó un proyecto de Fortalecimiento de Capacidades dirigido a panaderos del distrito de Santo Tomás, en la provincia de Chumbivilcas – Cusco, orientado a desarrollar y potenciar sus habilidades para la producción de panetones artesanales.

Por su parte, en el Callao, Perú, el Gobierno Regional del Callao (2018) llevó a cabo la actividad denominada: “Fortalecimiento de capacidades empresariales y de gestión en las microempresas del sector panificador de la Provincia Constitucional del Callao, 2018”. Esta acción fue aprobada mediante la Resolución Gerencial Regional N.º 125-2018-GRC, contando con un presupuesto de S/. 404 199,00 y un periodo de ejecución de 200 días calendario.

1.4.2. Antecedentes internacionales

Según Villar (2021) la Confederación Española de Panadería, Pastelería, Bollería y Afines (CEOPPAN) se ha consolidado como el principal referente y portavoz del sector artesanal y tradicional en España. Su enfoque se apoya en la formación, la investigación y la difusión, buscando tener presencia activa en el entorno digital y participar en ferias y eventos del sector,

tanto dentro del territorio español como en países vecinos.

Los integrantes de esta confederación deben formarse en centros especializados y colaborar en los proyectos de investigación de institutos tecnológicos que brindan soporte a las panaderías y pastelerías. Todo esto sin perder la esencia de los conocimientos transmitidos de generación en generación por maestros panaderos y pasteleros, con el propósito de crear productos saludables que respondan a las tendencias de consumo actuales y a un mercado cada vez más exigente con lo natural.

En San Miguel Tecamatlán, México, Vásquez (2017) llevó a cabo una investigación sobre la panificación artesanal, demostrando que este tipo de producción requiere habilidades prácticas específicas. El pan artesanal, elaborado con recetas tradicionales y, en muchos casos, con formas y nombres propios de cada región, tiene un fuerte componente cultural y simbólico. En comunidades rurales como San Miguel Tecamatlán, la panadería artesanal no solo es una tradición transmitida en el seno familiar, sino que también representa una actividad económica significativa.

El desarrollo de las zonas rurales muchas veces depende de estas prácticas artesanales. Por eso, los panaderos artesanales necesitan organizarse y coordinarse con las autoridades locales para potenciar la presencia de sus productos en el mercado.

En Barcelona, España, Fábio (2018) realizó un estudio de posgrado sobre el valor del “sabor de la mano en la masa”, resaltando la fusión entre artesanía, tradición y actualidad. Aunque hace unas décadas se temía que la industrialización acabaría con la panadería artesanal, lo cierto es que esta sigue vigente, principalmente gracias a que se considera un arte que los panaderos experimentados transmiten a las nuevas generaciones, quienes adaptan las técnicas

tradicionales a las demandas modernas.

El estudio mostró que, en la actualidad, el proceso de elaboración combina métodos artesanales con el uso de maquinaria moderna, lo que permite ahorrar tiempo y esfuerzo, sin perder el control artesanal sobre la calidad del pan, en respuesta a la preferencia del consumidor por el pan tradicional.

En Bogotá, Colombia, Rozo (2017) desarrolló una investigación de posgrado para analizar el mercado potencial del pan artesanal congelado. Para ello, aplicó encuestas a hoteles, restaurantes y tiendas minoristas, además de examinar factores económicos que pueden impactar directamente en el crecimiento y consolidación del sector artesanal.

Los resultados mostraron que existe viabilidad para la comercialización de pan artesanal congelado, ya que hay consumidores que buscan productos más naturales y saludables; además, subraya la importancia de innovar constantemente para atender las expectativas del mercado.

En Toluca, México, Colin (2018) estudió las características de las agroindustrias panaderas artesanales en la comunidad de Santa Cruz Cuauhtenco, municipio de Zinacantepec. Según el autor, estas pequeñas empresas enfrentan una fuerte competencia de la industria panificadora a gran escala, por lo que deben idear estrategias para sobrevivir, recurriendo a la producción innovadora produciendo panes mejorados con inclusión de otros insumos que aporten otras bondades nutricionales en beneficio de la salud de sus consumidores.

El estudio concluye que es necesario fomentar la cooperación entre las panaderías artesanales, especialmente para comprar insumos y maquinaria de forma conjunta, así como promover actividades colectivas como ferias y exposiciones de productos innovadores, con el objetivo de atraer a más consumidores y turistas.

1.5. Justificación de la investigación

Los consumidores actuales muestran mayores exigencias al adquirir bienes y servicios; en el sector alimentario, existe una tendencia creciente hacia la preferencia por productos que sean saludables y seguros. Para cumplir con estos estándares, los productores requieren diversos recursos, que incluyen desde formación técnica hasta la modernización y equipamiento de sus centros de elaboración. En este contexto, el fortalecimiento de capacidades impacta de forma directa, positiva y significativa en la competitividad de los productores. Sin embargo, el nivel de capacidades entre los pequeños productores sigue siendo limitado, principalmente por la falta de respaldo de instituciones públicas y privadas. (Grozo, 2020)

Implementar acciones de fortalecimiento de capacidades en beneficio de las panaderías artesanales del distrito de Túcume permitirá que estas mejoren de manera progresiva, elaborando productos más innovadores y seguros para el consumo, lo que sustenta la importancia de realizar este estudio. De esta manera, el trabajo propuesto contribuirá a modernizar y optimizar los procesos de panificación, resultando de gran utilidad para los empresarios del sector que decidan aplicarlo para aumentar su competitividad.

Así, los resultados que se obtengan de la investigación permitirán comprender qué efectos genera el fortalecimiento de capacidades en sectores artesanales, evidenciando cómo se pueden superar deficiencias y mejorar la calidad de los productos a través de procesos de capacitación.

En este sentido, el estudio se justifica bajo las siguientes dimensiones:

Teórica: La investigación analizará los efectos del fortalecimiento de capacidades, en las panaderías artesanales de Túcume para mejorar sus competitividades en el mercado local, sustentado por un marco teórico sólido y antecedentes previos que apoyan su relevancia.

Práctica: Desde un enfoque cuantitativo, esta investigación busca obtener hallazgos concretos que, basados en teorías y conocimientos aplicados, contribuyan a resolver los problemas que enfrentan las panaderías artesanales del distrito de Túcume. Al implementar el fortalecimiento de capacidades, estas empresas podrían reducir costos de producción, minimizar productos defectuosos o rechazados, disminuir quejas de clientes y satisfacer mejor tanto al mercado local como al externo, elevando así la imagen del sector panadero artesanal.

Metodológica: Al ser un estudio cuantitativo, se centrará en analizar los datos resultantes del fortalecimiento de capacidades en las panaderías artesanales de Túcume y su relación con el nivel de competitividad alcanzado. Los resultados estarán disponibles para las panaderías interesadas y para la comunidad académica, enriqueciendo así el conocimiento existente en la materia. Además, el investigador cuenta con los recursos necesarios para ejecutar el estudio de manera efectiva.

Tecnológica: La implementación del fortalecimiento de capacidades permitirá que las panaderías del distrito ofrezcan productos con mejores características de presentación, calidad, innovación e inocuidad, atendiendo las expectativas de los clientes tanto locales como externos.

Importancia de la investigación

El valor de esta investigación radica en que, a partir del análisis de los resultados del fortalecimiento de capacidades, las panaderías artesanales podrán identificar mejoras en sus procesos productivos que podrán aplicar de manera continua y progresiva. Esto contribuirá a fortalecer su imagen empresarial y reconocimiento por parte de los consumidores, incrementando así su competitividad. Por el contrario, si las panaderías artesanales del distrito de Túcume no logran beneficiarse de estas acciones de fortalecimiento, difícilmente podrán responder a las

demandas actuales del mercado ni alcanzar una gestión eficiente que les permita crecer y sostenerse en el tiempo.

1.6. Limitaciones de la investigación

La investigación desarrollada no tiene limitaciones, en lo correspondiente al acopio de información, se cuenta con material bibliográfico de procedencia nacional e internacional, también la fuente de financiamiento para su ejecución no es limitante y está financiado por el propio investigador en su totalidad.

El estudio se realizó en la región Lambayeque con la participación de una parte de los panaderos artesanales del distrito de Túcume y distritos aledaños, la capacitación tendría mayor impacto si se lograra una capacitación a la totalidad de la población objetivo.

1.7. Objetivos de la investigación

1.7.1. Objetivo general

Determinar la influencia del fortalecimiento de capacidades en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

1.7.2. Objetivos específicos

- Evaluar la influencia del fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación técnica en panificación en la competitividad en las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

- Evaluar la influencia del fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

El fortalecimiento de capacidades influye en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

1.8.2. Hipótesis específicas

- El fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación técnica en panificación influye en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

- El fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas influye en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Fortalecimiento de capacidades

El trabajo del economista y filósofo indio Amartya Sen se considera una de las contribuciones más relevantes dentro de la filosofía aplicada y las ciencias sociales. Su teoría de las capacidades humanas se sustenta en dos conceptos clave: los funcionamientos y las capacidades. A partir de estos, se abordan cuestiones sociales que afectan directamente al bienestar de las personas, tales como la pobreza, la desigualdad, la calidad de vida, la falta de desarrollo humano y la injusticia social, ofreciendo una perspectiva renovada para comprender y enfrentar dichos problemas. El objetivo central de esta teoría es evaluar tanto el bienestar como la libertad real de las personas, considerando aquello que efectivamente pueden elegir hacer o ser, según lo que valoran. (Urquijo, 2014)

Por su parte, el desarrollo de capacidades se entiende como el proceso mediante el cual individuos, organizaciones y comunidades adquieren, refuerzan o mantienen las competencias necesarias para definir y alcanzar sus metas de desarrollo a lo largo del tiempo. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2009)

Este desarrollo de capacidades resulta clave para lograr un impacto sostenido en la prevención y atención de la violencia hacia mujeres y niñas. De acuerdo con el PNUD (2009), aunque se asocia únicamente con actividades de formación o capacitación, el concepto de desarrollo de capacidades incluye aspectos mucho más amplios, entre los que destacan:

- Impulsar una visión y un trabajo compartido que refleje leyes, políticas y protocolos.
- Crear una base sólida de recursos humanos, mediante la contratación de personal con experiencia y competencias adecuadas, así como su capacitación y acompañamiento continuo.

-Implementar infraestructura adecuada, incluyendo equipos y materiales necesarios.

-Establecer o ampliar acuerdos de cooperación para optimizar el uso de recursos y potenciar el impacto de las acciones, uniendo capacidades y activos de distintos actores.

-Fortalecer el aprendizaje continuo y el conocimiento mediante actividades de monitoreo y evaluación; además de incrementar los recursos financieros y técnicos disponibles.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2021), el fortalecimiento de capacidades implica emprender acciones que permitan que una organización incremente su eficiencia global o perfeccione su desempeño. Este proceso puede aplicarse a diversos tipos de entidades, como empresas, asociaciones de productores, cooperativas, comunidades rurales, gobiernos locales, instituciones públicas, universidades, entre otros.

Usualmente, el fortalecimiento de capacidades forma parte de políticas públicas orientadas a determinados sectores de acuerdo con sus necesidades específicas. De manera complementaria, también hay Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que ejecutan proyectos en beneficio de comunidades en situación de vulnerabilidad. Este proceso requiere una fase inicial de planificación, definición de actividades, asignación presupuestaria y la identificación de los beneficiarios directos. Las acciones para fortalecer capacidades pueden incluir talleres, programas de entrenamiento, herramientas, cursos presenciales o virtuales, aprendizaje a distancia y métodos participativos.

Según la UNESCO (2021), el fortalecimiento de capacidades responde a las demandas específicas de los países destinatarios, e incluye asistencia técnica, asesoría para la elaboración de proyectos y programas de formación orientados a necesidades urgentes. Entre ellas destacan

el desarrollo de capacidades en sectores productivos innovadores, la actualización de competencias profesionales en ámbitos industriales y culturales, el fortalecimiento institucional y la adecuación a normativas legales.

Por su parte, Garate y Linares (2013) explican que el fortalecimiento de capacidades comprende un conjunto de acciones destinadas a adoptar estrategias, métodos o procedimientos dirigidos a personas, instituciones, comunidades u otras entidades, con el objetivo de potenciar sus competencias y, de este modo, lograr con mayor eficacia sus metas sociales, entregando productos o servicios de calidad adecuada, a tiempo y a un costo competitivo.

Ruiz et al. (2013) sostienen que el fortalecimiento de capacidades es un proceso de formación necesario para todos los niveles del personal en una organización, formando parte esencial de una estrategia de mejora continua indispensable para sobrevivir en entornos empresariales altamente competitivos.

En términos generales, las empresas invierten en el fortalecimiento de capacidades en dos niveles: el primero, enfocado en los operarios, para desarrollar sus destrezas técnicas en las labores asignadas; y el segundo, dirigido a la plana directiva o ejecutiva, fortaleciendo las competencias estratégicas.

Finalmente, la capacitación del personal debe entenderse como una inversión que genera beneficios a corto y mediano plazo, en lugar de considerarse simplemente un gasto. Sus resultados se reflejan posteriormente en mejores indicadores de calidad y productividad.

Dimensiones del Fortalecimiento de Capacidades

Para el fortalecimiento de capacidades, por la naturaleza del estudio, se ha considerado dos dimensiones que se describen a continuación:

-Capacitación técnica en panificación

La formación técnica en panificación está vinculada al proceso de transferencia tecnológica, el cual comprende tanto la adquisición como la aplicación de métodos, procedimientos o tecnologías que pueden generar un impacto significativo en la producción, comercialización o prestación de servicios. Este proceso implica un flujo de conocimientos desde una fuente emisora, que posee esos saberes, hasta un receptor que los incorpora y utiliza en sus actividades productivas o de servicios. (Romaní, 2012)

Habitualmente, la transferencia tecnológica consiste en trasladar resultados de investigaciones realizadas por instituciones como universidades, centros de investigación y desarrollo, o los CITES, dirigidas al sector productivo y de servicios, con el fin de impulsar la innovación. Estos resultados pueden presentarse en distintas modalidades como derechos de autor, patentes, diseños industriales, programas informáticos, procedimientos y métodos, a través de los cuales se transfiere el conocimiento al beneficiario. (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [CONCYTEC], 2016)

La capacidad de un país para realizar transferencia tecnológica está estrechamente ligada a su desarrollo, ya que permite generar, difundir, aplicar y compartir conocimiento científico y tecnológico. (Ritter, 2010)

En el caso del distrito de Túcume, la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV) llevará a cabo la transferencia tecnológica destinada a las panaderías artesanales, contando además con el apoyo del gobierno local.

Capacitación en gestión para modernizar o crear empresas

Entre los diversos instrumentos de transferencia tecnológica, se encuentra la formación en

gestión para la modernización o la creación de empresas de base tecnológica. Este proceso incluye la elaboración de estudios administrativos y planes de negocio que faciliten a los beneficiarios el acceso a recursos financieros y fondos concursables. Las universidades pueden liderar estas iniciativas, contando con la participación de los beneficiarios y otras instituciones. Este mecanismo contribuye al desarrollo económico local y fomenta el espíritu emprendedor dentro de los espacios académicos. (Reyes, 2010)

La introducción de la innovación en los proyectos emprendedores aporta valor económico y social a la comunidad donde se implementan. El éxito de estos emprendimientos dependerá, en gran parte, de la creación de redes estratégicas y de las negociaciones con diferentes actores y factores de producción, lo cual impactará positiva o negativamente en el entorno local. (Benedetto, 2013)

La capacidad de gestión empresarial se evalúa a través de la efectividad de la transferencia tecnológica, considerando aspectos como su repercusión en el mercado, el impacto económico en la región de aplicación, los costos de oportunidad, la implicación del capital humano y el valor público. Este último está relacionado con la responsabilidad del Estado de promover centros que se dediquen específicamente a la transferencia tecnológica en aquellas zonas que presentan ventajas competitivas para el desarrollo e innovación de productos y servicios determinados. (Bozeman et al., 2015)

2.2. Competitividad

La variable competitividad se basa en la Teoría de la Competitividad Estructural, la cual, según Porter (2008) describe la capacidad que tienen las organizaciones para competir, considerando un conjunto de factores interrelacionados con la dinámica económica, tanto a nivel

empresarial como estatal. Este modelo plantea que la competitividad de cualquier actividad económica dentro de un país depende, entre otros elementos, de la eficiencia con la que las empresas gestionan sus recursos y procesos. Para analizar esta competitividad, Porter propone el modelo conocido como “diamante de la competitividad”, que contempla diferentes dimensiones: factores de producción, características de la demanda, la presencia de industrias complementarias o de apoyo, las estrategias empresariales, la estructura y la rivalidad dentro del sector, así como las capacidades de liderazgo de quienes dirigen las empresas. De este modo, se considera fundamental que toda organización adopte estrategias de liderazgo para construir ventajas competitivas sostenibles.

Por su parte, Rubio y Baz (2015) señalan que la competitividad no debe entenderse exclusivamente como un tema de países, sino que reside principalmente en las empresas. Las organizaciones logran diferentes niveles de competitividad como resultado de la combinación de sus propias fortalezas y del entorno donde operan. Existe, por tanto, una relación estrecha entre el contexto externo y las características internas de cada empresa: pueden fortalecerse si las condiciones externas son favorables o verse limitadas cuando el entorno no facilita su desarrollo. Este análisis puede realizarse en tres niveles: competitividad individual de las empresas (nivel microeconómico), competitividad de sectores o industrias específicas, y competitividad de las economías nacionales (nivel macroeconómico). Aunque el concepto se relaciona frecuentemente con aspectos económicos y de mercado, también puede entenderse dividido en tres ámbitos: la competitividad empresarial, la sectorial o industrial y la competitividad de los países.

Ampliando la noción de competitividad, se puede decir que competir implica que varios actores persigan el mismo objetivo, como sucede en el mercado cuando dos empresas ofrecen bienes o servicios similares para captar a los mismos clientes. Este fenómeno responde al

desarrollo histórico de la actividad económica y es, a su vez, un motor del modelo neoliberal predominante en muchos países desarrollados.

En términos más concretos, ser competitivo significa disponer de recursos, habilidades y capacidades que permitan enfrentarse a los rivales del mercado y superarlos, logrando así una mayor cuota de mercado. (Real Academia Española, 2012)

La competitividad depende de la interacción de múltiples factores que determinan si una organización logra mantenerse o fracasa a lo largo del tiempo. Entre esos factores, la innovación destaca como un elemento clave que favorece un mejor desempeño, seguido de un ambiente laboral positivo y de una adecuada implementación de procesos y recursos. (Porter et al., 2015)

En el caso del Perú, mejorar la competitividad pasa por permitir que las empresas accedan a materias primas y bienes de capital a precios internacionales, reducir el costo de la mano de obra para que se acerque al de los países vecinos, y eliminar sobrecostos que afectan la producción. Todo ello permitiría incrementar la productividad y, con ello, elevar los márgenes de ganancia. Algunos países de la región han logrado altos niveles de competitividad gracias a su productividad en diversas actividades económicas y de servicios. Sin embargo, a nivel empresarial, el Perú aún enfrenta grandes desafíos, reflejados en los indicadores globales que muestran avances limitados y nos ubican entre los países con menor competitividad. Para revertir esta situación, es fundamental avanzar en la transición energética hacia el gas natural, así como fortalecer el trabajo del Consejo Nacional de la Competitividad, que depende del Ministerio de Economía y Finanzas. (Consejo Nacional de la Competitividad, 2013)

Dimensiones de la competitividad

La variable competitividad comprende diferentes dimensiones en función al enfoque y las

características de la investigación, para el presente estudio de a considerado las dimensiones de innovación y mejora continua

-Innovación

Según Medellín (2013) la innovación es un proceso clave que deben impulsar las empresas para lograr ventajas competitivas, desarrollando nuevos productos y servicios que puedan ofrecerse en el mercado. Esto debe hacerse no solo desde el punto de vista técnico, sino también en la gestión administrativa, y consolidarse en el mediano y largo plazo a través de estrategias que sean complejas de replicar por la competencia, fortaleciendo así la posición de la organización.

De acuerdo con Muñoz (2014) innovar forma parte de la esencia del ser humano, pues todos tenemos la inclinación natural a crear o inventar pensando en el futuro. Hoy en día se reconoce que cualquier empresa puede innovar, siempre que genere las condiciones adecuadas, lo que a largo plazo traerá beneficios para la propia organización.

Valdivia (2015) sostiene que, actualmente, los consumidores no solo valoran la calidad tangible de un producto o servicio, sino que también aprecian atributos intangibles como las innovaciones que se incorporan. Para responder a esto, las empresas deben implementar innovaciones difíciles de copiar por sus competidores. Además, resulta útil analizar los resultados de estas innovaciones observando las demandas en épocas de baja venta, para entender mejor el comportamiento de los clientes potenciales.

Rodríguez (2017) resalta que los trabajadores son piezas clave en el proceso de innovación, pues suelen ser ellos quienes proponen ideas que contribuyen a mejorar los procesos productivos. Esto puede reflejarse en cambios como la redistribución de espacios en la planta o

mejoras en las fases de producción. Por ello, es importante que las empresas fomenten entre sus colaboradores una mentalidad creativa, innovadora y de trabajo en equipo.

Mejora continua

Según la Organización Internacional de Normalización (ISO, 2015) la mejora continua abarca un conjunto de actividades que se realizan de manera constante para aprovechar oportunidades de mejora, lo que permite aumentar la capacidad operativa y alcanzar los objetivos de gestión planteados. Para ello, es clave que la dirección evalúe regularmente los resultados obtenidos y, a partir de ese análisis, identifique las áreas que pueden perfeccionarse, recordando que algunas mejoras pueden lograrse sin que impliquen mayores costos. Uno de los métodos que se utiliza para la mejora continua el Kaizen.

Por su parte, Bonilla et al. (2010) explican que la mejora continua consiste en un proceso sistemático dirigido a optimizar los procedimientos internos. Esto se realiza a través de planes de acción que buscan elevar tanto la productividad como la calidad en todas las áreas de la organización. Su esencia radica en generar avances progresivos en los procesos de trabajo, para lo cual se puede utilizar diferentes herramientas desde las más básicas y elementales hasta técnicas con apoyo de algoritmos específicos según sea el caso.

Finalmente, Ocola (2015) señala que la mejora continua comprende distintos aspectos: la planificación, que permite analizar el problema y definir qué se hará y cómo se hará; el liderazgo, que debe contar con la capacidad para guiar al equipo de trabajo; los procesos, entendidos como una secuencia ordenada de acciones orientadas a generar cambios sostenibles en el tiempo; y los resultados, que son el reflejo del trabajo realizado y que se materializan en productos o servicios renovados que llegan al usuario final.

2.3. Marco Conceptual

Fortalecimiento de capacidades

Son acciones y estrategias orientadas a incrementar el rendimiento en la producción de bienes y/o servicios, optimizando su desempeño. Este proceso puede implementarse tanto a nivel individual como en grupos o en organizaciones, sean estas públicas o privadas, con o sin fines de lucro. (FAO, 2021)

Competitividad

Se refiere a la articulación activa de diversas variables que influyen en el éxito o fracaso de individuos, colectivos u organizaciones a lo largo del tiempo. Entre los factores más relevantes destacan la innovación, un buen clima organizacional y una correcta implementación de procesos. (Porter et al., 2015)

Panadería artesanal

Se define como un taller o establecimiento dedicado a la producción de panes y pasteles que mantiene un proceso manual y tradicional, logrando así sabores y texturas particulares sin recurrir a maquinarias industriales que aceleran o estandarizan la producción. (Jiménez y Ramírez, 2017)

Innovación

Consiste en aplicar técnicas y métodos específicos que permiten a personas u organizaciones obtener ventajas competitivas al momento de crear bienes o servicios para el mercado. Estas prácticas deben buscar ser originales, e incluso patentadas, para diferenciarse y posicionarse mejor frente a la competencia. (Rodríguez, 2017)

Mejora continua

Implica llevar a cabo acciones de forma constante, orientadas a cumplir objetivos definidos previamente en áreas susceptibles de mejora. Gracias a ello, la organización puede elevar su productividad y alcanzar mejores resultados en sus indicadores de gestión. (ISO, 2015)

Transferencia tecnológica

Es un proceso formal de entrega donde el creador o propietario del conocimiento transfiere técnicas, métodos o tecnologías a quienes las aplicarán para generar bienes o prestar servicios. Este tipo de transferencia suele realizarse desde universidades y centros de investigación hacia empresas, asociaciones, cooperativas u otros beneficiarios. (Romaní, 2012)

Capacidad de gestión

Es la habilidad que posee un directivo o responsable de la organización para posicionarla de manera destacada en el mercado, identificando oportunidades estratégicas y obteniendo ventajas frente a sus competidores. (Bozeman et al., 2015)

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación se caracterizó por utilizar la cuantificación de las variables analizadas, con el objetivo de contrastar las hipótesis planteadas. Por ello, se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo. (Hernández et al., 2010)

En cuanto al nivel de investigación, se desarrolló principalmente como un estudio correlacional, complementado con un nivel descriptivo. Esto permitió medir y analizar el grado de relación existente entre las variables. Los estudios de tipo correlacional sirven para confirmar el nivel de asociación entre variables, mientras que el carácter descriptivo se apoyó en los fundamentos teóricos del fortalecimiento de capacidades y la competitividad, permitiendo así detallar la situación actual del caso. Se recopilaron, midieron y evaluaron datos referidos a distintos conceptos, dimensiones y componentes de las variables estudiadas. En la parte descriptiva, se seleccionaron distintos aspectos específicos, se recolectó y cuantificó información sobre cada uno de ellos, logrando describir el objeto de estudio. (Sánchez et al., 2018)

3.2. Población y muestra

Población

Las panaderías artesanales, se encuentran en diferentes zonas del distrito tanto urbana como rurales, para lo cual el distrito de Túcume, según el directorio nacional de Centros Poblados, tiene registrado 44 centros poblados. Así mismo por la cercanía de los distritos también se realizó invitaciones para que participen panaderías artesanales del distrito de Mórrope e Íllimo limítrofes del distrito de Túcume. Por tanto, la población estimada será de 100 panaderos artesanales de los distritos de Túcume, Mórrope e Íllimo de la provincia y región

Lambayeque. (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2018)

Muestra

La muestra es una fracción de la población que debe ser representativa, para lo cual se deben emplear los criterios técnicos estadísticos más adecuados. (Hernández et al., 2010). Se considera que la población estimada para el estudio es de 100 panaderos artesanales del distrito de Túcume, dentro del cual también se encuentran los panaderos artesanales invitados de los distritos aledaños de Mórrope e Íllimo.

La determinación del tamaño de muestra se calculó con los siguientes criterios:

-Tipo de muestreo: muestreo simple al azar por proporciones

-N: Tamaño de la población = 100

-n: Tamaño de la muestra

-Z: Valor de la abscisa de la curva normal para 95% de confianza = 1,96

-P: Proporción de ocurrencia = 0,90

-Q: Proporción de no ocurrencia = 0,10

-E: Error máximo permitido: 0,10

-Ecuación de cálculo:
$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Reemplazando valores en la ecuación se tiene el siguiente tamaño de muestra:

$$n = 26$$

El tamaño de muestra calculado para el estudio fue de 26 panaderos artesanales del distrito de Túcume incluyendo los panaderos artesanales invitados de los distritos limítrofes de Mórrope e Íllimo. En la capacitación participaron 30 panaderos artesanales.

3.3. Operacionalización de variables

Variable dependiente: Competitividad

La competitividad es un fenómeno influido por diversos factores, entre ellos la capacidad de gestión, las habilidades administrativas, el avance tecnológico y la innovación. Por ello, ser competitivo implica contar con conocimientos, recursos o destrezas que permitan incrementar la productividad y diferenciarse de los demás actores del mercado. En el entorno empresarial, la competitividad entre distintas empresas suele reflejarse especialmente en la variación de sus costos. (Corona, 2002)

En el presente estudio para la variable competitividad se ha considerado dos dimensiones:

- Innovación
- Mejora continua

Variable independiente: Fortalecimiento de capacidades

El fortalecimiento de capacidades consiste en un conjunto de acciones orientadas a diversos actores económicos, con el propósito de potenciar sus habilidades en ámbitos como el comercial, educativo, productivo, de servicios, entre otros. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ], 2013)

Para la variable fortalecimiento de capacidades se ha considerado dos dimensiones:

- Capacitación técnica en panificación
- Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas

La tabla 1 presenta la operacionalización de variables que contiene las dimensiones de cada variable, los indicadores de cada dimensión y los ítems que corresponde a cada indicador.

Tabla 1*Operacionalización de las variables de estudio*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nº ítems	Escala y valores
Variable independiente: Fortalecimiento de capacidades	Capacitación técnica en panificación	Capacitación técnica en elaboración de panes	1	Escala ordinal (Likert) Extremadamente satisfecho (5) Muy satisfecho (4) Moderadamente satisfecho (3) Poco satisfecho (2) No satisfecho (1)
		Capacitación técnica en elaboración de bizcochos	2	
		Información sobre equipos de panificación	3	
		Capacitación técnica sobre insumos comerciales	4	
		Capacitación técnica sobre insumos regionales	5	
	Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas	Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas	Cálculo del costo de producción	6
			Cálculo del margen de utilidad	7
			Capacitación para modernización de panadería	8
			Capacitación para crear nueva panadería	9
			Capacitación sobre gestión de financiamiento	10
			Capacitación de gestión con plan de negocio	11
Variable dependiente: Competitividad	Innovación	Participación en ferias locales y regionales	12	Escala ordinal (Likert) Muy importante (5) Importante (4) Neutral (3) Poco importante (2) No es importante (1)
		Uso de insumos locales y/o regionales	13	
		Dar nombres tradicionales a los productos	14	
		Elaborar productos con diseños locales	15	
		Desarrollar productos innovadores	16	
		Importancia del empaque del producto para venta	17	
		Mejora continua	Mejora continua	
	Descarte de productos que tienen defectos			19
	Identificación de causas de los defectos			20
	Atención inmediata a reclamos de clientes			21
			Control y mejora de higiene y sanidad	22
		Evaluar nuevos insumos a utilizar	23	

Nota. La investigación contempla dos variables, cada una de ellas con dos dimensiones. Los indicadores están directamente relacionados a los 23 ítems que pertenecen a las preguntas del instrumento de recolección de datos. La medición de todos los indicadores es mediante la escala de Likert de cinco puntos.

3.4. Instrumentos

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para conocer el grado de satisfacción de los panaderos artesanales del distrito de Túcume luego de asistir al taller de capacitación se aplicó el cuestionario el cual estaba diseñado para evaluar las dos variables en estudio con un total de 23 preguntas (Anexo B).

En lo relacionado a la variable “fortalecimiento de capacidades” para su dimensión: “capacitación técnica en panificación” se tiene cinco preguntas y para su otra dimensión: “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” seis preguntas. Se utilizó la escala de Likert de cinco puntos con las siguientes categorías:

- Nada satisfecho (1)
- Poco satisfecho (2)
- Moderadamente satisfecho (3)
- Muy satisfecho (4)
- Extremadamente satisfecho (5)

Respecto a la variable “competitividad” en lo correspondiente a su dimensión: “innovación” se tiene seis preguntas y para su otra dimensión: “mejora continua”, también seis preguntas. Se utilizó la escala de Likert de cinco puntos con las siguientes categorías:

- No es importante (1)
- Poco importante (2)
- Neutral (3)
- Importante (4)
- Muy importante (5)

Validez y confiabilidad del instrumento

La validez del cuestionario se dio lugar a partir del juicio de expertos, quienes emitieron en primera instancia sus observaciones que fueron subsanadas hasta lograr la aprobación al instrumento. La validez de contenido del cuestionario realizado por los tres expertos se adjunta al final del trabajo. (Anexos D, E y F)

Para establecer la confiabilidad del instrumento se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach, considerado como una metodología apropiada para cuestionarios, en el presente caso las calificaciones a las preguntas fueron valoradas utilizando la escala de Likert de cinco puntos

El Alfa de Cronbach representa el promedio de las correlaciones existentes entre los ítems de un cuestionario, obtenido a través del análisis de las respuestas. (Da Hora et al., 2010)

El análisis realizado a la base de datos que está estructurado con 23 ítems y cada uno de ellos con 30 resultados, dio como resultado un valor Alfa de Cronbach = 0,839 con lo cual se puede afirmar que el instrumento es confiable. Así mismo se determinó el coeficiente de Alfa de Cronbach para cada uno de los ítems, los cuales dieron valores entre 0,817 a 0,852 con lo cual se puede concluir la confiabilidad total del instrumento. (Anexo G)

3.5. Procedimientos

Etapa I: Acciones de cooperación realizadas por la UNFV en el distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque

Se realizó la búsqueda de acciones de cooperación realizadas por la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV) en el distrito de Túcume, encontrándose evidencias que fueron de apoyo social en épocas de navidad. Dentro de ello se conoce la firma de convenios marco de

cooperación interinstitucional entre la Universidad Nacional Federico Villarreal y la Municipalidad Distrital de Túcume, realizado el año 2012, y luego posteriormente el año 2017 con una vigencia de cinco años. (Anexo C)

Etapa II: Elección de los beneficiarios para el fortalecimiento de capacidades

Evaluando las fortalezas que cuenta la FOPCA, se tiene la línea de panificación, con amplia experiencia tecnológica, habiéndose diseñado diferentes productos innovadores y contribuido en el desarrollo de diferentes trabajos de investigación y tesis. Así mismo cuenta con personal experimentado en tecnología de panificación, gestión comercial y gestión empresarial.

En base a la existencia de la fortaleza en mención y el convenio entre la UNFV y la Municipalidad Distrital de Túcume se eligió beneficiarios para el fortalecimiento de capacidades a los panaderos artesanales del distrito de Túcume.

Se presentó una carta de invitación a la Municipalidad distrital de Túcume dirigida al alcalde, la cual fue derivada a la Subgerencia de Desarrollo Social, Cultural, Educación y Deporte el cual a través de sus canales oficiales convocó a los panaderos artesanales del distrito a un taller de capacitación de fortalecimiento de capacidades en panificación, (Anexo H).

Etapa III: Acciones de intervención en beneficio de los panaderos artesanales

Las intervenciones que se realizaron se orientaron a fortalecer las capacidades de los panaderos artesanales, las cuales tuvieron como objetivo mejorar sus competitividades a nivel tecnológico y empresarial. Las acciones realizadas fueron las siguientes:

- Capacitación técnica en panificación

Se realizó un taller de panificación para los panaderos artesanales que asistieron a la

convocatoria, el cual tuvo una duración desde las 8:00 hasta las 16:30 horas, durante el cual se realizó un proceso de capacitación técnica en panificación correspondiente a la elaboración de masa madre y la elaboración de panes salados y dulces.

- Capacitación básica en gestión de panaderías

Se realizó una exposición de análisis de costos de producción y margen de utilidad aplicando al bizcocho elaborado; así mismo se realizó una exposición de como modernizar y/o crear una nueva panadería, así mismo como gestionar recursos en los agentes financieros y/o fondos concursables con planes de negocio.

Etapa IV: Descripción y evaluación del fortalecimiento de capacidades y competitividad de los panaderos artesanales del distrito de Túcume

La descripción y evaluación de la intervención realizada para el fortalecimiento de capacidades se realizó aplicando un cuestionario al finalizar el taller de capacitación. El cuestionario utilizado para la obtención de datos contiene 23 preguntas que están distribuidas para las dos variables en estudio, a partir del cual se realizó el análisis de datos de tipo descriptivo e inferencial para la contratación de las hipótesis. La base de datos se presenta en el Anexo K.

3.6. Análisis de datos

Las respuestas procedentes de la aplicación del formulario se ordenaron en función a las variables, dimensiones e indicadores para luego ser analizados utilizando métodos descriptivos e inferenciales. Los métodos descriptivos consistieron en describir el comportamiento de las variables mediante gráficos estadísticos con su respectiva interpretación; y en lo relacionado al análisis inferencial se evaluó el grado de influencia o relación que existe entre las variables

fortalecimiento de capacidades y competitividad como factores básicos de desarrollo de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

Para la contrastación de la hipótesis principal y las sub-hipótesis, los datos provenientes de los formularios una vez ordenados y clasificados fueron sometidos a la prueba de normalidad Shapiro-Wilk a un nivel de significancia del 5% y resultaron no tener una distribución normal, por lo que se utilizó la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman para verificar las hipótesis planteadas.

Las herramientas para el procesamiento de los datos en la parte organizativa como descriptiva fue el Excel y para la verificación de las hipótesis se utilizó el software estadístico SPSS Statistics 28.0

IV. RESULTADOS

4.1. Acciones de fortalecimiento de capacidades

Las panaderías artesanales a nivel nacional son manejadas por lo general por sus propietarios que vienen a ser los panaderos artesanales, donde en algunos casos son personas que se han iniciado en la panificación como ayudantes y progresivamente han aprendido la tecnología de producción de panes, pasteles y sus derivados y, en otros casos los hijos han continuado con las actividades que han dejado sus padres o familiares, formando pequeñas empresas, que a vez en su mayoría son informales y muy pocos se han formalizado de acuerdo a las normas legales establecidas ante las autoridades locales.

Otra de las características de las panaderías artesanales es que en la actualidad continúan elaborando productos con los procedimientos y formulaciones de masa que han recibido de sus predecesores, sin tener en cuenta que en la actualidad se requiere modificar procedimientos, formulaciones, presentaciones entre otros factores para hacer frente al requerimientos del mercado demandante y poder competir con la oferta de la panadería industrial, así mismo los aspectos administrativos de gestión y marketing tienen que estar acorde al avance de las condiciones del mercado donde las empresas luchan por captar clientes y ser competitivas.

El fortalecimiento de capacidades se realizó en una panadería artesanal ubicada en la plaza de armas del caserío de Caracucho, perteneciente al distrito de Mórrope colindante con el distrito de Túcume en la región Lambayeque, dicha instalación fue facilitado por la familia Santamaría Ballena por intermedio del catedrático de la FOPCA-UNFV Mag. José Manuel Santamaria Ballena miembro de dicha familia.

En las figuras 2 muestra la plaza principal del caserío de Caracucho

Figura 2*Plaza principal del Caserío de Caracucho*

Nota. Caserío de Caracucho en el distrito de Mórrope, lugar donde se realizaron las capacitaciones a los panaderos artesanales.

La panadería artesanal donde se realizó el taller de capacitación se caracteriza por tener un horno tradicional conocido como horno de barro, construido utilizando como base la arcilla, ladrillos refractarios y adoptando la forma de un iglú, resistente para horneado de panes a temperaturas elevadas, el cual utiliza como combustible la leña que se obtiene de la madera de los árboles regionales, generando un aroma especial proveniente de las resinas y/o aceites que contiene la madera utilizada, dicho aroma produce un olor característico en los panes y demás productos procesados en los hornos a leña.

La capacitación se realizó en una jornada de taller experimental comenzando a las 08:00 hora de la mañana y culminando aproximadamente a las 16:30 horas de la tarde, para lo cual se aprovisionó con anticipación de todos las materias primas e insumos necesarios para el desarrollo práctico de elaboración de panes.

El proceso de la capacitación estuvo a cargo de un equipo profesional que se trasladó desde la capital peruana de Lima hasta la ciudad de Chiclayo, dirigiéndose luego al distrito de Túcume para realizar las coordinaciones de invitación a los panaderos artesanales a través de la Municipalidad Distrital de Túcume y finalmente trasladarse al taller de panificación ubicado en el Caserío de Caracucho en el distrito de Mórrope.

El equipo de trabajo estuvo conformado por las siguientes personas quienes se encargaron de la capacitación de acuerdo con los objetivos planteados:

-Ing. Walter Eduardo Blas Ramos, responsable de la investigación y coordinador general de todas las actividades ejecutadas.

-Ing. Jesús Melchor Rodríguez Reaño, especialista en tecnología de panificación quien realizó el taller experimental, en elaboración de panes desde la etapa inicial, explicando las características y funciones de las materias primas, de pesado de insumos, las formas de mezclarlos, el desarrollo de las diferentes etapas de panificación hasta la obtención del producto terminado luego del horneado.

-Mtro. José Manuel Santamaría Ballena, quien participó realizando un enfoque de innovación productiva utilizando insumos locales y regionales, así como el empleo de una gestión administrativa moderna que se debe impulsar en las panaderías.

-Ing. Cayo Salomón Avendaño Fernández participó motivando a los panaderos artesanales poner en práctica el mejoramiento continuo en todo emprendimiento con la mínima inversión y poder ser competitivo para entrar en diferentes mercados

En la figura 3 se muestra el horno de barro tradicional que caracteriza a las panaderías artesanales el cual fue utilizado en la capacitación.

Figura 3

Horno artesanal



Nota. En el horno artesanal se observa la brasa candente en su interior.

4.1.1. Capacitación técnica en panificación

La capacitación se inició con la presentación de las materias primas a utilizar en el proceso experimental siendo las siguientes:

- Harina de trigo panadera marca Inca
- Mejorador de masa marca Pulso
- Levadura seca instantánea marca Fermipan
- Lecitina de soya marca Elymar
- Manteca vegetal marca Gordita

-Azúcar rubia

-Sal de cocina

-Esencia de Chancay

La parte experimental consistió en elaborar un pan dulce o bizcocho tipo Chancay con adición de camote amarillo sancochado como pure y elaboración de masa madre

Elaboración de bizcocho tipo Chancay

La tabla 2 presenta la formulación para elaborar el bizcocho tipo Chancay

Tabla 2

Formulación de bizcocho tipo Chancay fortificado con camote amarillo

Insumo	Unidad medida	Cantidad
Harina panadera	kg	2,45
Levadura seca	g	40
Agua	L	1,3
Azúcar rubia	kg	0,30
Manteca	kg	0,24
Camote amarillo (pure)	kg	0,35
Lecitina de soya	g	10
Mejorador de masa	g	20
Esencia de Chancay	g	13
Sal	g	20

Nota. Fórmula compartida con los participantes, donde el camote aportó su color amarillo.

Una vez establecida la formulación se realizó el pesaje de todos los insumos requeridos, lo cual se muestra en la figura 4 con la disposición de las materias primas en la mesa de trabajo para el desarrollo experimental.

Figura 4

Disposición de materias primas para desarrollo experimental



Nota. En la mesa de trabajo se observa la balanza digital utilizada para el pesaje de insumos.

Luego de realizar el pesaje de todos los insumos se procedió a la etapa de mezcla de insumos en la maquina amasadora, lo cual se realizó por etapas, explicando a los participantes que primero se mezclan los insumos secos en polvo (harina panadera, levadura seca, azúcar rubia, sal, lecitina de soya y mejorador de masa) por unos 2 minutos para una buena homogenización de masa, luego se añadió la manteca y el pure de camote y se fue mezclando para luego añadir agua progresivamente hasta alcanzar un nivel adecuado de masa uniforme.

En la figura 5 se muestra la etapa de amasado utilizando la maquina amasadora-sobadora.

Figura 5

Etapa de amasado



Nota. Explicación del proceso de amasado a los participantes del taller.

La figura 6 muestra la masa dividida en 30 partes luego del proceso de amasado.

Figura 6

Masa dividida en 30 partes



Nota. Con la masa preparada se obtuvo 74,5 bollos de 65 g cada uno.

Luego del corte de masa, se separa cada corte y se realiza el boleado, dando forma circular según el producto que se desea obtener, para el caso del bizcocho Chancay el boleado fue circular

En la figura 7 se muestra el proceso de boleado realizado por los participantes, bajo las instrucciones del especialista en tecnología de panificación.

Figura 7

Proceso de boleado de masa



Nota. Se observa explicación de la importancia que tiene la etapa de boleado de masa y su efecto en la calidad del producto final.

Concluido la etapa de boleado, los productos en proceso quedan en reposo para la etapa de fermentación, la cual se produce por acción de la levadura. La fermentación es un proceso bioquímico que se realiza por efecto de la levadura haciendo reaccionar el contenido de azúcares de la harina generando dióxido de carbono y alcohol, donde el gas ocasiona el crecimiento de la masa, dando características sensoriales agradables en los productos de panificación horneados.

En la figura 8 se muestra el producto boleado iniciando su etapa de fermentación

Figura 8

Productos boleados iniciando etapa de fermentación



Nota. El tiempo de fermentación de la masa está en función a la temperatura y humedad relativa del ambiente en el cual se encuentra, a nivel artesanal se tiene que estar observando el crecimiento de masa esperado para luego proceder al horneado.

En la capacitación se fue explicando el avanza la fermentación de la masa, así como la preparación el horno artesanal para lo cual se utiliza una pala de madera con la cual el interior del horno se divide en dos partes, en una de ellas se arrima la brasa incandescente que mantiene el calor y la otra parte se despeja para que en ella sean colocadas las bandejas con los productos a hornear. Cuando el producto alcanza su desarrollo de masa esperado, el producto es preparado para la etapa de horneado, en el presente caso a los productos se les dio un embadurnado en la superficie externa con yema de huevo batido, para darle un color especial al producto y en la parte central se le añadió un poco de azúcar blanca impalpable.

En la figura 9 se muestra la preparación del horno para el proceso de horneado

Figura 9

Preparación del horno para el proceso de horneado



Nota. El participante del taller prepara el interior del horno para el proceso de horneado.

La figura 10 muestra a los participantes extrayendo del horno los bizcochos horneados

Figura 10

Bizcochos horneados siendo extraídos del horno



Nota. La extracción de la bandeja con los bizcochos se realiza con una pala de madera

La figura 11 muestra el producto terminado bizcocho Chancay fortificado con camote amarillo, y la figura 12 el empaclado del bizcocho en bolsas plásticas para su almacenamiento

Figura 11

Producto final bizcocho Chancay fortificado con camote amarillo



Nota. La coloración dorada oscura se debe al baño de yema de huevo

Figura 12

Empacado del biscocho en bolsas plásticas



Nota. Se explica la importancia del embolsado para evitar la contaminación del producto

Elaboración de masa madre

La tabla 3 presenta la formulación utilizada y compartida para elaborar masa madre

Tabla 3

Formulación de masa madre

Insumo	Unidad medida	Cantidad
Harina panadera	g	2000
Levadura seca	g	40
Agua	ml	1250

Nota. Su procesamiento comprende un mezclado de 6 a 7 minutos con máquina amasadora, luego ser cubierto con plástico para un reposo mínimo de 60 minutos antes de ser usado.

En la figura 13 se muestra la masa madre preparada

Figura 13

Masa madre preparada



Nota. La masa madre se utiliza para la preparación de diferentes tipos de panes

Se explicó a los participantes que en la masa madre ocurre fermentaciones donde se descomponen los carbohidratos y proteínas de la harina, con lo cual aporta mayor digestibilidad y facilidad de asimilación cuando se consume, generando a la vez sabores y texturas especiales en todo producto final de panificación, los cuales además tendrán un mayor tiempo de vida útil.

Equipos de panificación

Se explicó a los participantes que en la actualidad existen diversos equipos para la industria de la panificación, tanto de fabricación nacional como importados los cuales son cada vez más avanzados y automatizados que permiten fabricar panes y derivados en forma rápida, con mínimos defectos y más uniformes en peso, forma y demás características físicas y sensoriales, con lo cual existe mayor posibilidad de competir en el mercado.

Se explicó los siguientes procesos artesanales que han sido reemplazados por la máquina:

- Amasado: el amasado manual ha sido reemplazado por la amasadora sobadora
- Boleado: el boleado manual ha sido reemplazado por la maquina boleadora
- Fermentado: el fermentado con cubierta de tela o plástico ha sido reemplazado por una cámara de fermentación con temperatura y humedad relativa controlados
- Horneado: el horneado en horno artesanal de ladrillo ha sido reemplazado por hornos rotatorios u hornos de piso utilizando como combustible gas, electricidad o petróleo.

Los precios de las máquinas varían según su procedencia, capacidad y tipos de material de construcción, observándose menores precios en los fabricantes de origen nacional. Se recomienda el uso de equipos modernos, para lograr producciones estandarizadas en calidad y cantidad, así como mejores condiciones de sanidad e higiene en el proceso productivo.

Insumos comerciales

Se realizó una descripción de los principales insumos comerciales que se utilizan en la industria de la panificación

-Harina de trigo: debe encontrarse libre de sabores, olores extraños e insectos vivos, no debe contener impurezas de origen animal, como insectos muertos, que puedan poner en peligro la salud humana, además la legislación peruana establece que el trigo deberá contener determinados nutrientes como hierro, tiamina, riboflavina ácido fólico y niacina. En el mercado se encuentran varios tipos de harinas panaderas como la “harina especial” con mayor contenido proteico, para panes y masas obteniéndose productos de muy buena calidad. La “harina extra” con menor contenido proteico. La “harina integral” con alto contenido de fibra.

-Levadura: es un hongo llamado *Saccharomyces cerevisiae* que provoca la fermentación de la masa liberando dióxido de carbono (CO₂) como gas el cual aumento del tamaño de la masa. Para la activación de la levadura es necesario una temperatura y humedad relativa adecuadas, así mismo la presencia de enzimas y otros compuestos complementarios.

-Manteca vegetal: las grasas cumplen importantes funciones en los productos de panificación tales como la lubricación dando suavidad, y mayor volumen.

-Mejorador de masa: elaboran mezclando diferentes compuestos con funciones diversas con lo cual se mejora la consistencia del producto final. Los mejoradores pueden hacerse a base de enzimas, productos químicos, también existen mejoradores naturales; todos ellos ayudan en el producto final a retener humedad y mejorar la textura de la masa.

-Azúcar: en panes salados, se usa en pequeña cantidad, el cual contribuye junto con el agua y una temperatura adecuada al proceso de la fermentación y desarrollo de la masa.

-Sal de mesa: La sal en la masa panaria cumple varias funciones, siendo la principal el sabor, también actúa como conservante e inhibe bacterias ácidas.

-Lecitina de soya: Es un emulsionante cuya función en la masa panadera es la interacción con las proteínas de la harina y el almidón. Así la masa panaria aumenta en plasticidad para que pueda trabajarse con mayor facilidad la masa.

-Gluten: Es una proteína que se encuentra en el trigo y otros cereales, cumple una función de dar elasticidad y cohesión a la masa panadera, para atrapar el dióxido de carbono, contribuyendo además a retener la humedad.

Insumos regionales

-Maíz morado: Se puede incluir en la formulación de la masa como harina de maíz morado, o también utilizar el líquido morado de la cocción del maíz o de la coronta o tusa, el cual contribuye con el aporte de antocianinas los cuales tienen acción antioxidante.

-Camote: Se puede incluir en la preparación de la masa panadera el camote sancochado como puré o también como harina de camote, con lo cual se pueden obtener productos de panificación dulces de color amarillo con el camote amarillo y morados con el camote morado, los cuales contribuyen con el aporte de vitaminas, minerales, fibra y antioxidantes.

-Harina de algarroba: se puede incluir en la formulación de panes dulces y galletas, la cual aporta diversos compuestos como fibra, antioxidantes, vitaminas, minerales entre otros.

4.1.2. Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas

Cálculo del costo de producción

En la tabla 4 se presenta la estructura de costos de producción del bizcocho elaborado

Tabla 4*Costos de producción del bizcocho tipo Chancay con inclusión de camote amarillo*

Insumo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario (S/.)	Sub total (S/)
Harina extra	kg	2,45	2,8	6,86
Levadura seca	kg	0,040	18	0,72
Agua	L	1,3	-	-
Azúcar rubia	kg	0,300	3,3	1,00
Manteca	kg	0,240	9,0	2,16
Camote (pure)	kg	0,350	1,5	0,53
Lecitina de soya	kg	0,010	12	0,12
Mejorador	kg	0,020	15	0,30
Esencia de Chancay	kg	0,013	60	0,78
Sal	kg	0,020	1,5	0,03
Suministros y otros				
Combustible horno	Costo de leña estimado			1,60
Combustible camote	Costo de gas estimado			0,30
Energía eléctrica	Costo de energía eléctrica estimado			1,0
Agua potable	Costo de agua potable estimado			0,50
Mano de obra directa	Costo de mano de obra directo estimado			9,33
Materiales de limpieza	Costos materiales de limpieza estimado			0,50
Costos indirectos fabrica	Costos indirectos de fabricación estimados			1,0
Total costo producción				26,74

Nota. Los costos estimados de suministros y otros se detallan en el Anexo G

Se realizó una exposición para determinar el costo de producción del bizcocho tipo Chancay fortificado con camote amarillo que se elaboró en el taller práctico, utilizando para ello una pizarra acrílica y una computadora portátil conectada a una pantalla de televisor grande.

Con la formulación de la Tabla 2 se determinó el costo de fabricación a precios de mercado del distrito, dicho costo total de producción se presenta en la Tabla 4.

En la Tabla 5 se presenta el cálculo del costo unitario de producción

Tabla 5

Cálculo del costo unitario de producción

Descripción	Monto (S/)
Costo total de producción	26,74
Nº de bizcochos producidos	74,5
Costo unitario	0,36

Nota. El costo de producción de un bizcocho tipo Chancay fortificado con camote amarillo con un peso promedio de 60 g es de S/ 0,36

Margen de utilidad

Continuando con la exposición, se explicó que existen diferentes formas de establecer el precio de venta de un producto. Respecto al producto desarrollado “Bizcocho tipo Chancay fortificado con camote amarillo con 60 g de peso” como producto innovador es de suponer que no existe en el mercado local un producto similar en comercialización. En este caso el producto por ser innovador puede salir al mercado con un precio unitario mínimo de S/ 0,8 a 1.

La Tabla 6 describe la utilidad unitaria por bizcocho de 60 g

Tabla 6

Utilidad por unidad de bizcocho tipo Chancay fortificado con camote amarillo

Descripción	Monto (S/)
Precio venta unitario	0,80
Costo de producción unitario	0,36
Margen de utilidad unitario	0,44

Nota. Según resultados una venta de 120 unidades/día (equivalente a una producción de 5 latas de 24 unidades) proyecta una utilidad de S/ 52,8/ día.

En la figura 14 se presenta la exposición utilizando pizarra acrílica y pantalla de televisor

Figura 14

Exposición de costos de producción en pizarra



Nota. Los participantes toman nota de datos en pizarra

Modernización y creación de panaderías

Se realizó una exposición de cómo modernizar y luego cómo crear una panadería.

Respecto a la modernización se explicó que pueden hacerlo desde diferentes objetivos:

-Modernización de equipos, materiales y ambiente del área de producción: comprende la adquisición de nuevos equipos y materiales con lo cual se espera aumentar la producción, obtener productos uniformes y de mejor calidad sensorial. Modernizar el ambiente implica realizar adecuaciones a las normas establecidas para asegurar la inocuidad de los productos. En todos los casos requiere una inversión que puede financiarse con recursos personales o de la empresa o mediante préstamo bancario.

-Modernización del ambiente de ventas o de atención al público: consiste en implementar mejoras de diseño, comodidad y confianza para la satisfacción del cliente en el momento de su compra tratando de fidelizar al cliente o comprador de los productos. Las adecuaciones pueden realizarse con poca inversión. Es muy importante que al área de atención al público se encuentre con una limpieza extrema en todas sus partes visibles a los consumidores.

-Modernización de la presentación de productos para la venta: se trata de utilizar empaques, embalajes y material de despacho que impacte y satisfaga las expectativas del cliente, así como promocionar ofertas, descuentos entre otras estrategias para aumentar las ventas.

-Modernización del sistema de ventas utilizando las redes sociales: en la actualidad las redes sociales se han convertido en una herramienta muy efectiva para la promoción y venta de diversos productos, lo cual debe aprovecharse para la venta de los productos de panificación, entre las redes sociales más utilizadas en la zona tenemos el Facebook, WhatsApp y Tik Tok.

Respecto a la creación de una panadería se explicó lo siguiente:

Es fundamental que la ubicación sea en un lugar por donde exista un tránsito peatonal constante y significativo para la compra de productos.

Panadería como persona natural

- Disponer de un capital según el tipo de panadería a crear
- Disponer de un ambiente adecuado donde exista un área de producción y otro de ventas y que cumpla con las normas vigentes para establecimiento de panadería y derivados
- Solicitar licencia de funcionamiento a la municipalidad del distrito
- Registrarse y obtener RUC en la SUNAT
- Disponer de los comprobantes de pago exigidos por la SUNAT
- Disponer de personal para producción y ventas con carnet sanitario vigente
- Poner en operación y funcionamiento productivo y comercial la panadería

Panadería como persona jurídica (empresa)

- Disposición de inversionista (s) a trabajar en la industria de la panificación
- Los inversionistas deben disponer de un capital según el tamaño de la panadería
- Disponer de un ambiente adecuado donde exista un área de producción y otro de ventas y que cumpla con las normas vigentes para establecimiento de panadería y derivados
- Crear la persona jurídica (empresa) con el apoyo de una notaria
- Registrarse como persona jurídica en la SUNARP con apoyo de una notaria

- Solicitar licencia de funcionamiento a la municipalidad del distrito
- Registrarse y obtener RUC en la SUNAT
- Disponer de los comprobantes de pago exigidos por la SUNAT
- Disponer de personal para producción y ventas con carnet sanitario vigente
- Poner en operación y funcionamiento productivo y comercial la panadería

Plan de negocio y gestión de financiamiento

En la última etapa de la exposición se trató sobre planes de negocio y gestión de financiamiento para panaderías. Al respecto se explicó lo siguiente:

-Las entidades financieras como los bancos comerciales y las financieras como las cajas municipales de ahorro y crédito realizan préstamos a iniciativas empresariales para lo cual solicitan la presentación de planes de negocio

-Los planes de negocio a presentar son documentos técnicos elaborados por un proyectista los cuales deben tener un estudio de mercado consistente y real, demostrando viabilidad técnica productiva y/ comercial y a la vez evidenciar rentabilidad económica en un horizonte de tiempo que garantice la devolución del préstamo al banco

-Las entidades financieras incluso realizan acompañamiento en las diferentes etapas de la implementación del plan de negocio para asegurar su sostenibilidad en tiempo

-Para realizar la gestión de financiamiento de una panadería, la empresa tiene que estar legalmente constituida, con dirección fiscal conocida, inscrita en la SUNAT y tener elaborado un plan de negocio para la implementación de una panadería, así mismo debe contar con una garantía valorizada por lo menos 1,5 a 2 veces el valor del préstamo.

4.2. Evaluación de variables

Las variables consideradas en el presente trabajo han sido el “fortalecimiento de capacidades” como variable independiente y la “competitividad” como variable dependiente. A continuación, se presenta una evaluación descriptiva de cada una de las variables.

4.2.1. Evaluación de la variable “fortalecimiento de capacidades”

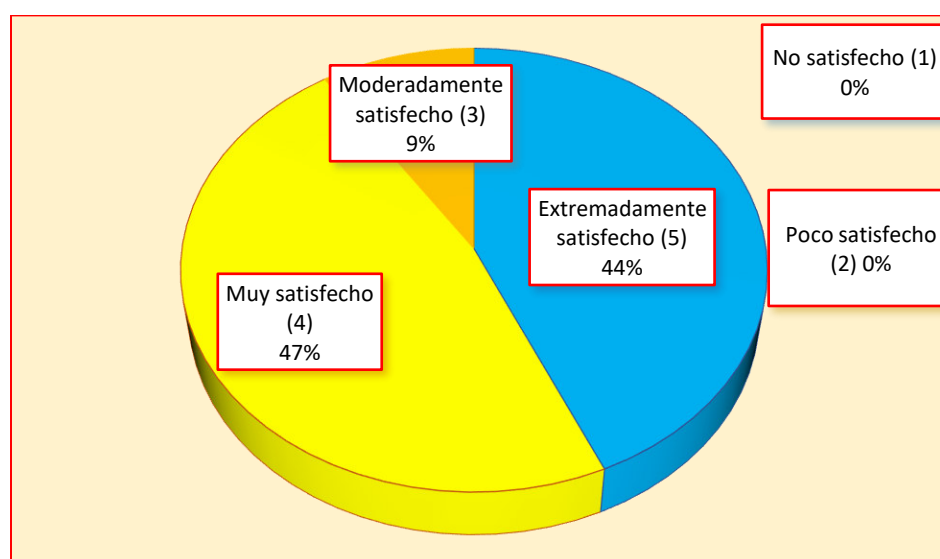
El “fortalecimiento de capacidades” es una variable de amplio enfoque y para el presente estudio se ha visto conveniente estudiar dos de sus dimensiones direccionados a los objetivos del estudio los que fueron la “capacitación técnica en panificación” y la “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”.

Dimensión: Capacitación técnica en panificación

La figura 15 muestra la evaluación a la dimensión “Capacitación técnica en panificación”

Figura 15

Grado de satisfacción total de la dimensión “capacitación técnica en panificación”

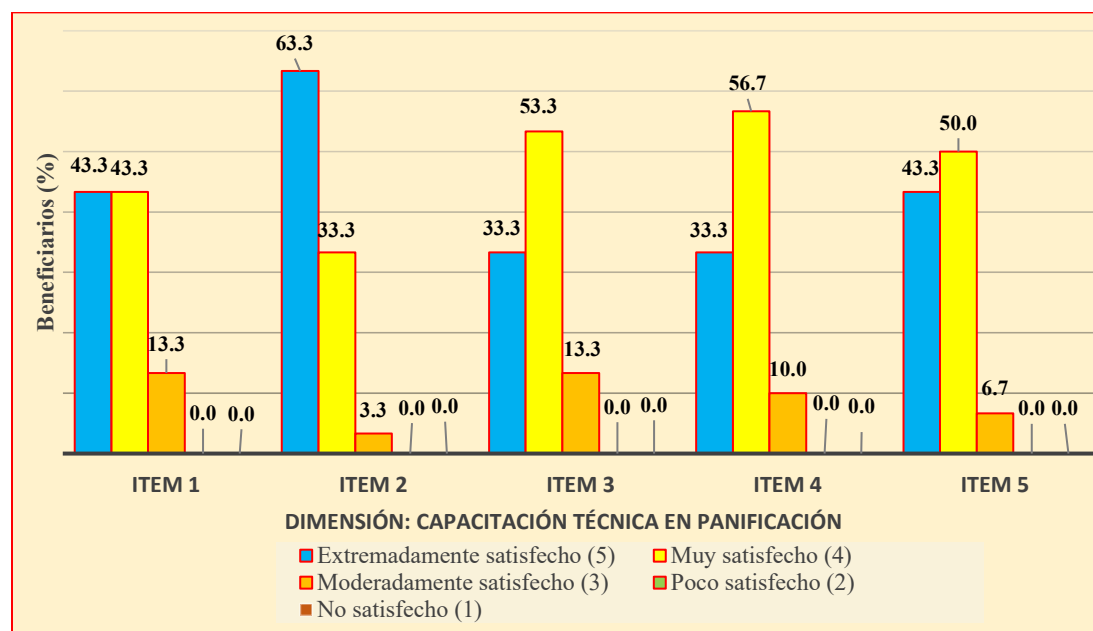


Nota. 44 % de participantes se encuentran extremadamente satisfechos y 47% muy satisfecho.

En la figura 16 se muestra la evaluación de la dimensión “Capacitación técnica en panificación” por ítems

Figura 16

Grado de satisfacción de la dimensión “capacitación técnica en panificación” por ítems



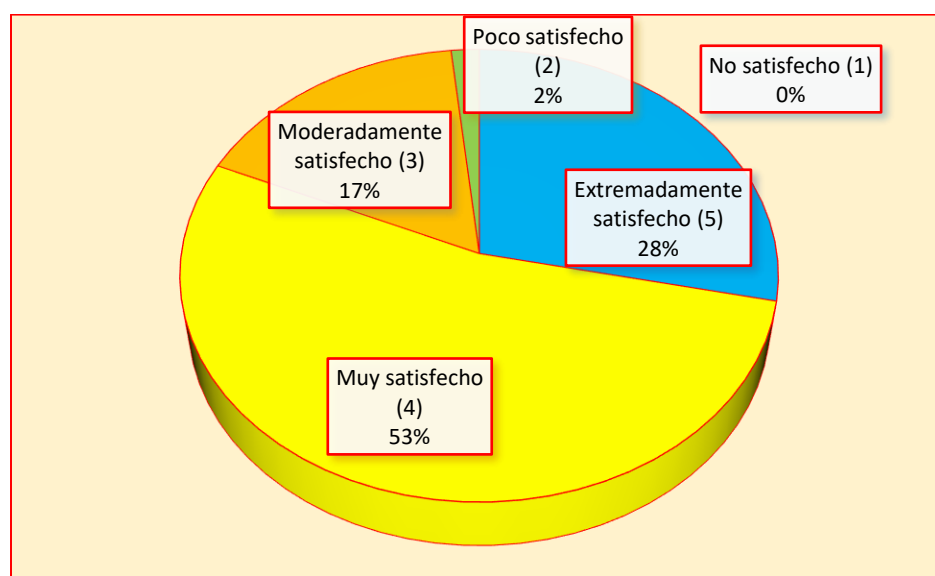
Nota. El ítem 1 (elaboración de panes), el 43,3% de los participantes están “extremadamente satisfecho”, 43,3 % están “muy satisfechos”, 13,3 % están “moderadamente satisfechos” y resto 0 %. El ítem 2 (elaboración de bizcochos), el 63,3% está “extremadamente satisfecho”, 33,3 % está “muy satisfecho”, 3,3 % está “moderadamente satisfechos” y resto 0 %. El ítem 3 (equipos de panificación), el 33,3% está “extremadamente satisfecho”, 53,3 % está “muy satisfecho”, 13,3 % está “moderadamente satisfecho” y resto 0 %. El ítem 4 (insumos comerciales), el 33,3 % está “extremadamente satisfecho”, 56,7 % está “muy satisfecho”, 10 % está “moderadamente satisfechos” y resto 0 %. El ítem 5 (insumos regionales), el 43,3 % está “extremadamente satisfecho”, 50,30 % está “muy satisfecho”, 6,7 % está “moderadamente satisfecho”, 10 % y resto 0 %.

Dimensión: Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas

La figura 17 muestra la evaluación a la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”

Figura 17

Grado de satisfacción total de la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”

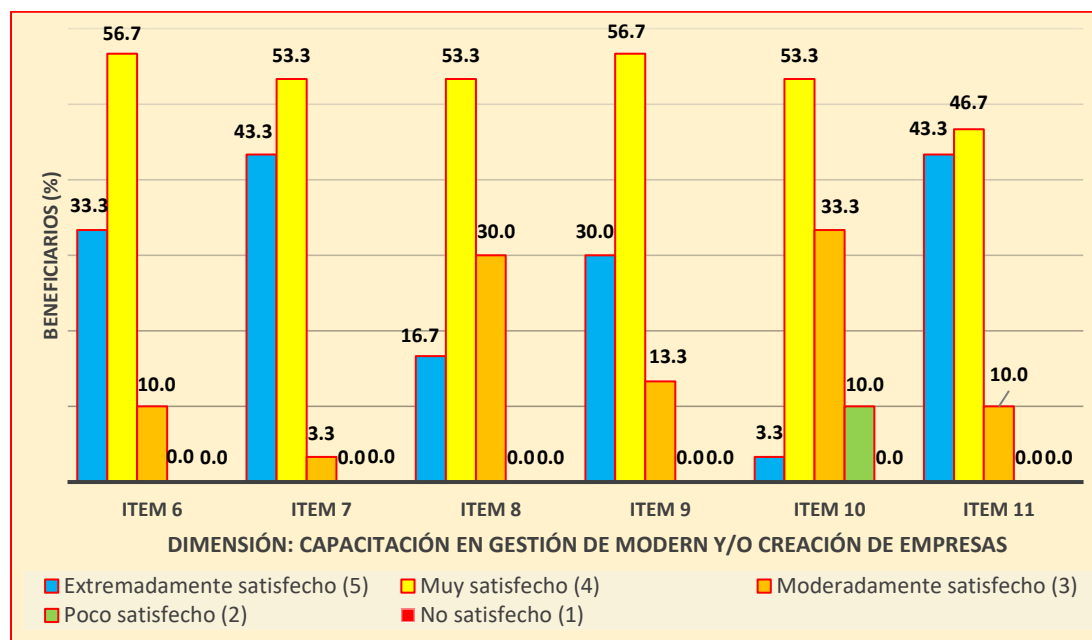


Nota. Respecto a la capacitación ejecutada en gestión de modernización y/o creación de empresas, el 28 % de los participantes se encuentran “extremadamente satisfechos”, el 53% se encuentra “muy satisfecho”, así mismo el 17% menciona estar moderadamente satisfecho, y por otro lado también se observa que el porcentaje de participantes con un grado de “poca satisfacción” es del 2% y finalmente ningún participante a respondido sentirse “no satisfecho” con la capacitación realizada.

En la figura 18 se muestra la evaluación de la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” por ítems, que son seis, los cuales fueron desarrollados en el taller en forma práctica.

Figura 18

Grado de satisfacción de la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” por ítems



Nota. El ítem 6 (cálculo del costo de producción), el 33,3% de los participantes están “extremadamente satisfecho”, 56,7 % están “muy satisfechos”, 10 % están “moderadamente satisfechos” y resto 0 %. El ítem 7 (cálculo del margen de utilidad), el 43,3% está “extremadamente satisfecho”, 53.3 % está “muy satisfecho”, 3,3 % esta “moderadamente satisfechos” y resto 0 %. El ítem 8 (modernizar una panadería), el 16,7% está “extremadamente satisfecho”, 53.3 % está “muy satisfecho”, 30 % esta “moderadamente satisfecho” y resto 0 % El ítem 9 (creación de nueva panadería), el 30 % está “extremadamente satisfecho”, 56.7 % está “muy satisfecho”, 13,3 % esta “moderadamente satisfechos” y resto 0 %. El ítem 10 (gestión de financiamiento), el 3,3 % está “extremadamente satisfecho”, 53.3 % están “muy satisfecho”, 33,3 % están “moderadamente satisfechos”, 10 % “poco satisfechos” y resto 0 %. El ítem 11 (gestión con plan de negocio), el 43,3 % está “extremadamente satisfecho”, 46.7 % está “muy satisfecho”, 10 % está “moderadamente satisfecho”, y resto 0 %

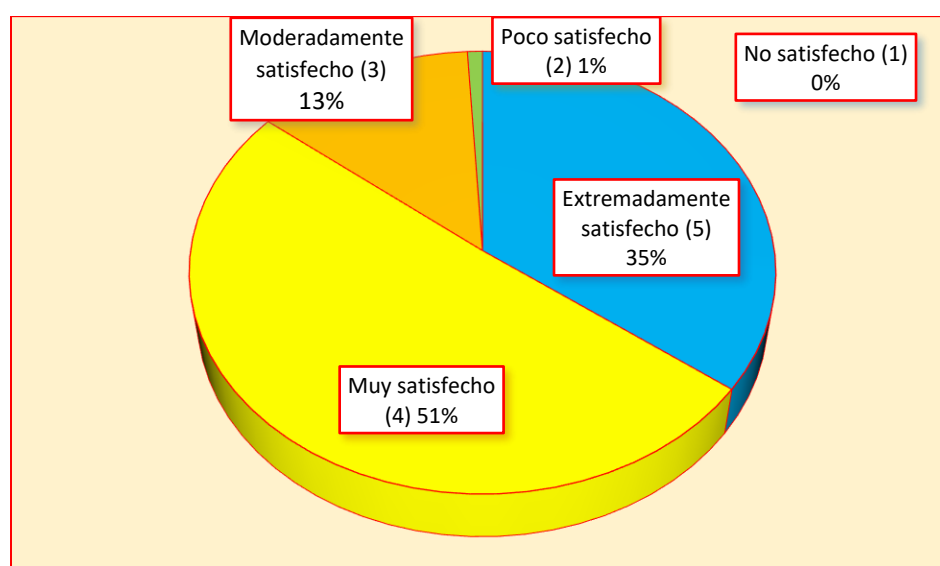
Variable: Fortalecimiento de capacidades

El fortalecimiento de capacidades para el presente estudio ha considerado dos dimensiones las cuales se han orientado a la capacitación tecnológica y de gestión.

En la figura 19 se muestra la evaluación del grado de satisfacción de los participantes respecto a la variable “fortalecimiento de capacidades”

Figura 19

Grado de satisfacción de los participantes sobre la variable “fortalecimiento de capacidades”

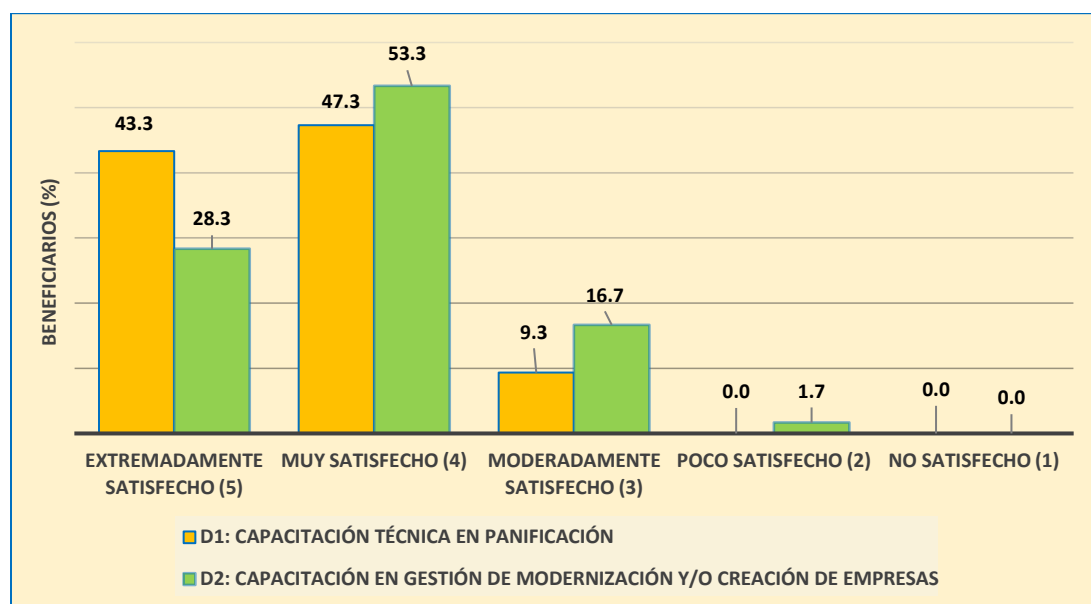


Nota. Respecto a la variable “fortalecimiento de capacidades”, el 35 % de los participantes se encuentran “extremadamente satisfechos”, el 51% se encuentra “muy satisfecho”, así mismo el 13% afirma estar moderadamente satisfecho y por otro lado el porcentaje de participantes con un grado de satisfacción de “poco satisfecho” es del 2% y participantes “no satisfechos” respecto a la ejecución del fortalecimiento de capacidades es 0 %.

En la figura 20 se muestra la evaluación del grado de satisfacción de los participantes respecto a la variable “fortalecimiento de capacidades” desagregado por sus dos dimensiones “capacitación técnica en panificación” y “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”.

Figura 20

Grado de satisfacción del “fortalecimiento de capacidades” por dimensiones



Nota. Respecto a la Dimensión 1 “capacitación técnica en panificación” el 43,3% de los participantes están “extremadamente satisfechos”, el 47,3 % está “muy satisfecho”, el 9,3 % está “moderadamente satisfecho” y 0% el resto. Respecto a la Dimensión 2 “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”, el 28,3% está “extremadamente satisfecho”, el 53,3 % está “muy satisfecho”, el 16,7 % esta “moderadamente satisfecho”, el 1,7 % esta “poco satisfecho” y resto 0 %.

4.2.2. Evaluación de la variable “competitividad”

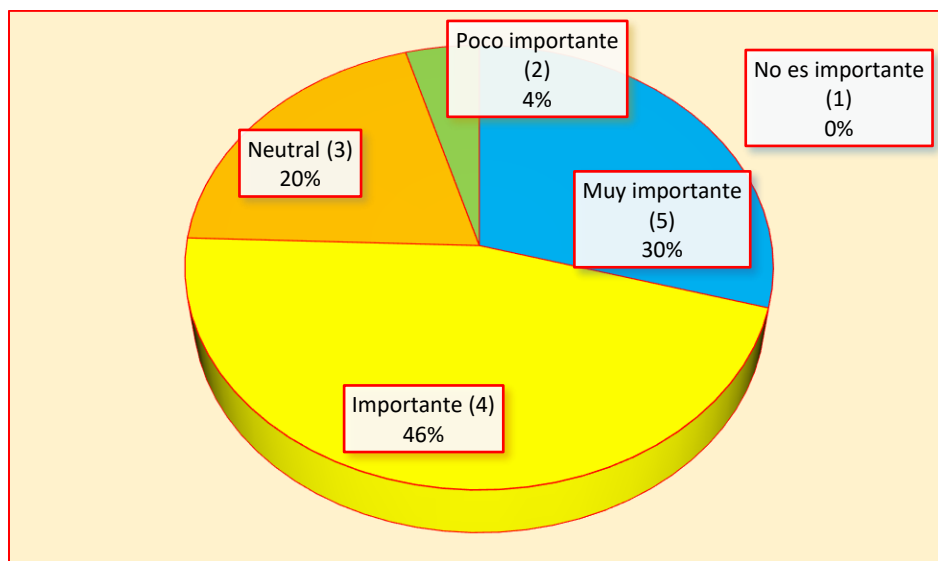
La competitividad es una variable de muchos componentes dimensionales y para el presente estudio se ha seleccionado y trabajado con dos de sus dimensiones, dentro de ellos se encuentra la “innovación” y la “mejora continua”.

Dimensión: Innovación

Las figuras 21 y 22 muestran el análisis de datos de la dimensión “innovación”

Figura 21

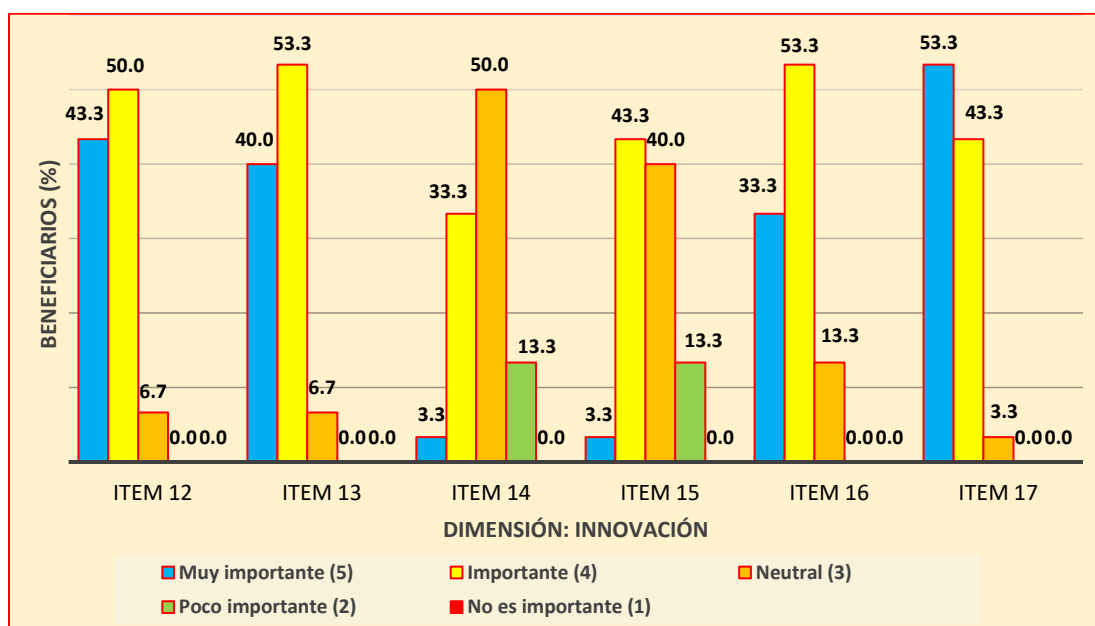
Nivel de importancia de la dimensión “innovación”



Nota. Respecto a la “innovación”, el 30 % de los participantes lo considera “muy importante”, el 46 % como “importante”, el 20% es “neutral”, el 4% como “poco importante” y el resto 0 %

Figura 22

Nivel de importancia de la dimensión “innovación” por ítems



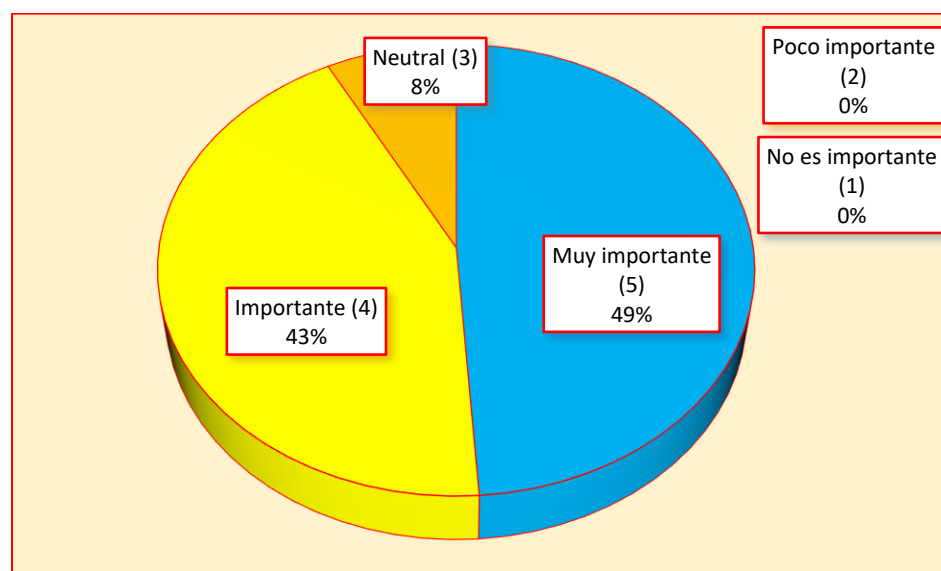
En la figura 22, el ítem 12 (participación en ferias), el 43,3% de los participantes lo considera “muy importante”, el 50,0 % “importante” y el 6,7 % es neutral. El ítem 13 (uso de insumos locales), el 40 % lo considera “muy importante”, el 53.3 % “importante” y el 6,7 % es “neutral”. El ítem 14 (uso de nombres tradicionales), el 3,3% lo considera “muy importante”, el 33.3 % “importante”, el 50 % es “neutral” y el 13,3 % “poco importante”. El ítem 15 (productos con diseños locales), el 3,3% considera que es “muy importante”, el 43.3 % “importante”, el 40 % es “neutral”, y para el 13,3 % es “poco importante”. El ítem 16 (desarrollo de productos innovadores), para el 33,3% de los participantes es “muy importante”, para el 53.3 % es “importante”, el 13,3 % es “neutral”. El ítem 17 (importancia del empaque), para el 53,3% es “muy importante”, para el 43.3 % es “importante” y el 3,3 % es “neutral”.

Dimensión: Mejora continua

La figura 23 presenta el nivel de importancia de la dimensión “mejora continua”

Figura 23

Nivel de importancia de la dimensión “mejora continua”

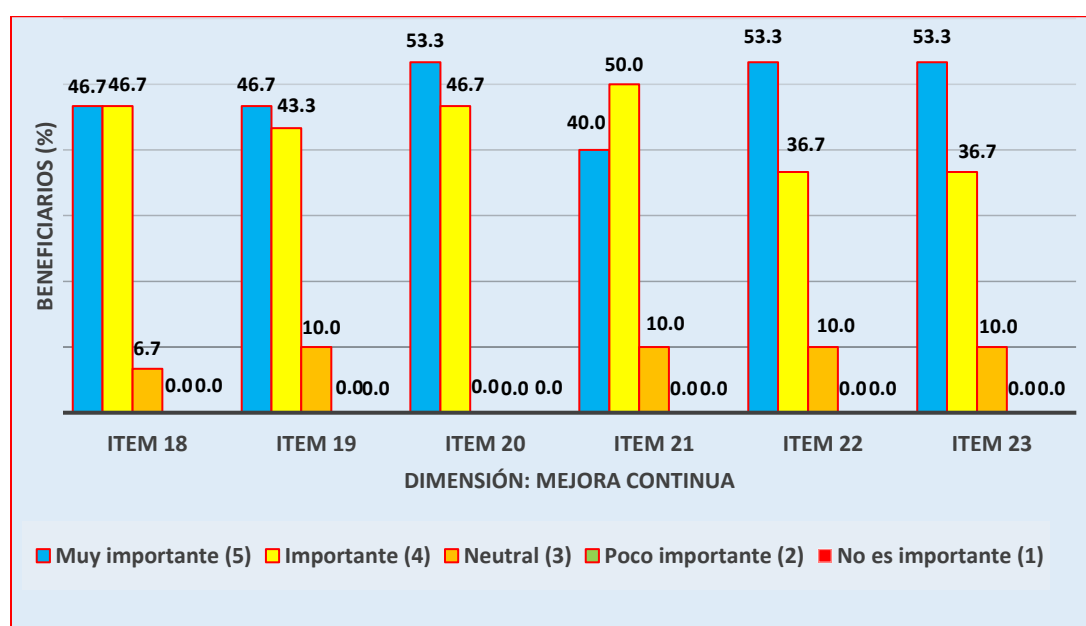


En la figura 23, respecto a la “mejora continua”, para el 49 % de los participantes es “muy Importante”, para el 43 % es “importante”, el 8 % es “neutral” y 0 % para los niveles “poco importante” y “no es importante”.

En la figura 24 se muestra la dimensión “mejora continua” por ítems

Figura 24

Nivel de importancia de la dimensión “mejora continua” por ítems



Nota. El ítem 18 (mejora continua de masa), el 46,7% de los participantes es “muy importante”, el 46,7 % “importante” y el 6,7 % es neutral. El ítem 19 (descarte de defectuosos), para el 46,7 % es “muy importante”, el 43,3 % “importante” y el 10 % es “neutral”. El ítem 20 (causa de defectos), para el 53,3% es “muy importante”, el 46,7 % “importante”. El ítem 21 (atención de reclamos), el 40% opina que es “muy importante”, el 50 % “importante”, el 40 % es “neutral”, y el resto 0%. El ítem 22 (mejora de higiene y sanidad), el 53,3% opina que es “muy importante”, el 36,7 % es “importante”, el 10 % es “neutral”. El ítem 23 (evaluar nuevos insumos), para el 53,3% es “muy importante”, para el 36,7% es “importante” y el 10 % es “neutral”.

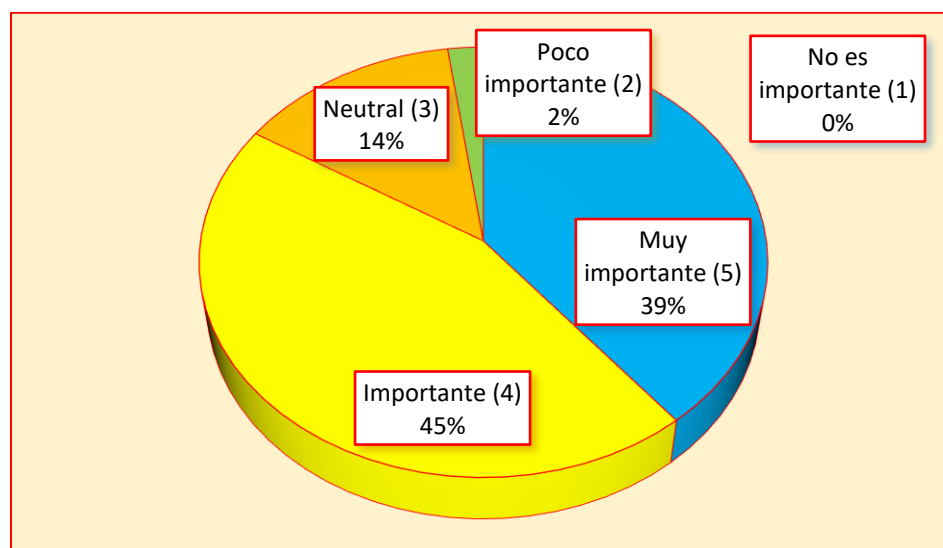
Variable: Competitividad

La variable “competitividad” para el presente estudio ha considerado dos dimensiones de medición las cuales se han orientado a la “innovación” con seis indicadores (ítems) y la “mejora continua” también con seis indicadores (ítems)

En la figura 25 se muestra la evaluación del nivel de importancia que consideran los participantes respecto a la variable “competitividad”

Figura 25

Nivel de importancia considerada por los participantes sobre la “competitividad”

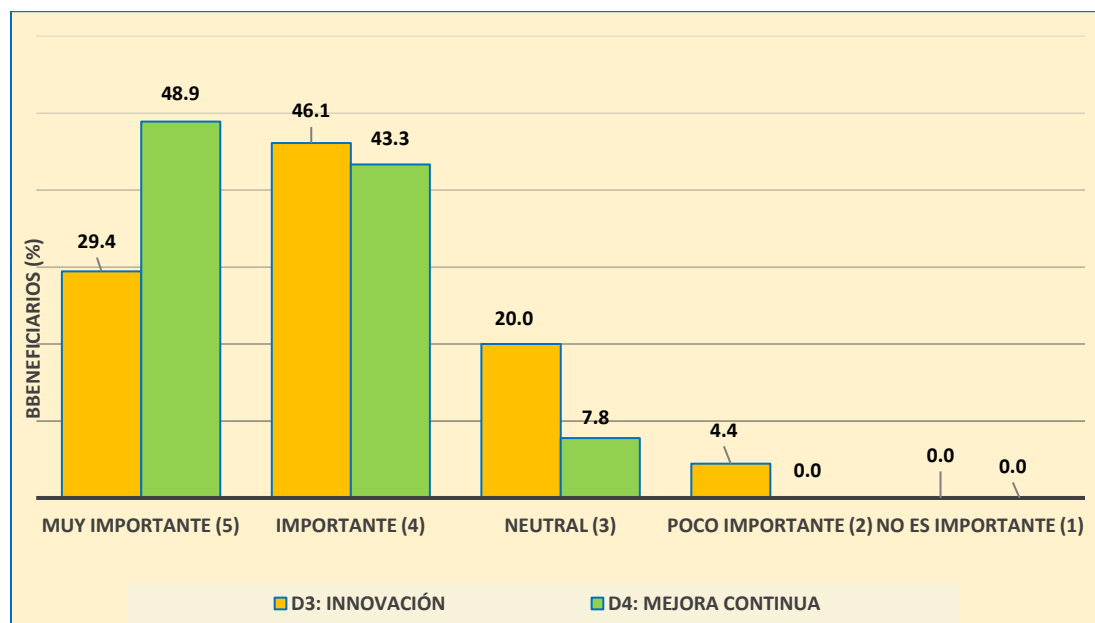


Nota. Respecto a la variable “competitividad”, que se ha medido a través de dos dimensiones y cada una de ellas con 6 ítems como indicadores, se observa que el 39 % de los participantes considera a la competitividad como “muy importante”, el 45% considera que es “importante”, el 14% manifiesta neutralidad, el 2% considera que es poco importante, y ningún participante menciona que no es importante.

En la figura 26 se muestra la evaluación del nivel de importancia considerado por los participantes del taller de panificación, respecto a la variable “competitividad” desagregado en sus dos dimensiones “innovación” y “mejora continua”.

Figura 26

Nivel de importancia sobre la variable “competitividad” por dimensiones



Nota. Respecto a la Dimensión 3 “innovación” el 29,4% de los participantes lo consideran como “muy importante”, el 46,1 % lo considera como “importante”, el 20,0 % se considera “neutral”, el 4,4% considera “poco importante” y ningún participante opina que “no es importante”. Respecto a la Dimensión 4 “mejora continua”, el 48,9% de los participantes lo consideran como “muy importante”, el 43,3 % lo considera como “importante”, el 7,8 % se considera “neutral” y ningún participante opina que es “poco importante” o “no es importante”.

4.3. Contrastación de las hipótesis

Para la contrastación de las hipótesis se utilizaron métodos estadísticos inferenciales que en la primera etapa consistió verificar si los datos de las muestras correspondientes a las variables siguen o no una distribución de tendencia normal, para lo cual se realizó una prueba de normalidad, y como el tamaño de las muestras fueron de 30, entonces correspondió aplicar el procedimiento inferencial de Shapiro Wilk.

En la tabla 7 se presenta la prueba de normalidad Shapiro-Wilk

Tabla 7

Prueba de normalidad

Componente	Descripción
Hipótesis principal	Las muestras tienen distribución normal
Hipótesis alterna	Las muestras no tienen distribución normal
Nivel de significancia	0,05
p-valor	0,00 para los 23 ítems (Anexo I)
Decisión	Se rechaza la hipótesis principal

Nota. La prueba es significativa y se afirma que los datos de cada uno de los ítems no siguen una distribución normal, por lo tanto, se utilizó la prueba estadística no paramétrica R_o de Spearman para la contratación de la hipótesis principal e hipótesis específicas.

4.3.1. Contrastación de la hipótesis general

En la parte introductoria, la hipótesis general considerada como la hipótesis de investigación se formuló de la siguiente manera:

El “fortalecimiento de capacidades” influye en la “competitividad” de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque”

Para contrastar la hipótesis general se aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman a un nivel de significancia del 5%.

En la tabla 8 se presenta la aplicación de un método no paramétrico que relaciona variables como es la prueba de correlación Rho de Spearman.

Tabla 8

Prueba de correlación para las variables “fortalecimiento de capacidades” y “competitividad”

Componente	Valores
Ho: El “fortalecimiento de capacidades” no se relaciona con la “competitividad”	
Ha: El “fortalecimiento de capacidades” se relaciona con la “competitividad”	
Coefficiente de Correlación Rho de Spearman	0,985**
Sig. (bilateral) (Anexo J)	0.000
N (número de datos)	30

Nota. (**) representa que la prueba que relación las variables en estudio es altamente significativa ($\alpha = 1\%$). El coeficiente de correlación Rho de Spearman tiene un valor de 0,985 por lo tanto se puede afirmar que existe un grado de correlación positiva muy fuerte. Por otro lado, el p-valor (Sig. Bilateral) = 0,000 es inferior al nivel de significancia establecido en 0,05 lo que implica no aceptar Ho, por lo tanto, se puede afirmar que la variable “fortalecimiento de capacidades” se relaciona con la variable “competitividad” en el ámbito de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

4.3.2. Contrastación de la hipótesis específica 1

La formulación de la hipótesis específica 1 fue: El “fortalecimiento de capacidades” a través de la “capacitación técnica en panificación” influye en la “competitividad” de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

Para contrastar la hipótesis específica 1 se aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman a un nivel de significancia del 5%.

En la tabla 9 se presenta la aplicación de la prueba de correlación Rho de Spearman.

Tabla 9

Prueba de correlación para la dimensión “capacitación técnica en panificación” y la variable “competitividad”

Componente	Valores
Ho: La dimensión “capacitación técnica en panificación” no se relaciona con la “competitividad”	
Ha: La dimensión “capacitación técnica en panificación” se relaciona con la “competitividad”	
Coefficiente de Correlación Rho de Spearman	0,978**
Sig. (bilateral) (Anexo J)	0.000
N (número de datos)	30

Nota. (**) representa que la prueba que relación la dimensión 1 con la variable “competitividad” es altamente significativa ($\alpha = 1\%$). El coeficiente de correlación Rho de Spearman tiene un valor de 0,978 por lo tanto se puede afirmar que existe un grado de correlación positiva muy fuerte. Por otro lado, el p-valor (Sig. Bilateral) = 0,000 es inferior al nivel de significancia establecido en 0,05 lo que implica no aceptar Ho, por lo tanto, se puede afirmar que la dimensión “capacitación técnica en panificación” se relaciona con la variable “competitividad” en el ámbito de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

4.3.3. Contrastación de la hipótesis específica 2

Hipótesis específica 2: El “fortalecimiento de capacidades” a través de la “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” influye en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.

Para contrastar la hipótesis específica 2 se aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman a un nivel de significancia del 5%.

En la tabla 10 se presenta la aplicación de la prueba de correlación Rho de Spearman.

Tabla 10

Prueba de correlación para la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” y la variable “competitividad”

Componente	Valores
Ho: La dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” no se relaciona con la “competitividad”	
Ha: La dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” se relaciona con la “competitividad”	
Coefficiente de Correlación Rho de Spearman	0,912**
Sig. (bilateral) (Anexo J)	0.000
N (número de datos)	30

Nota. (**) representa que la prueba que relación la dimensión 2 con la variable “competitividad” es altamente significativa ($\alpha = 1\%$). El coeficiente de correlación Rho de Spearman tiene un valor de 0,912 por lo tanto se puede afirmar que existe un grado de correlación positiva muy fuerte. Por otro lado, el p-valor (Sig. Bilateral) = 0,000 es inferior al nivel de significancia establecido en 0,05 lo que implica no aceptar Ho, por lo tanto, se puede afirmar que la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” se relaciona con la variable “competitividad” en el ámbito de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la capacitación técnica en panificación se desarrolló un taller donde se elaboró un bizcocho tipo Chancay fortificado con adición de camote amarillo en pure, el cual aportó diversos compuestos nutritivos en beneficio de la salud de sus consumidores, el mencionado producto tiene características similares a lo producido en Monsefú Lambayeque donde según Andina Agencia Peruana de Noticias (2020) panificadores artesanales crearon el “pan anticovid - 19” un producto con adición de cebolla, kion, ajo y limón con la finalidad de reforzar el sistema inmunológico y combatir la pandemia del coronavirus.

El fortalecimiento de capacidades realizado mediante un taller de capacitación técnica en panificación y capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas dirigido a los panaderos artesanales del distrito de Túcume se alinea a lo mencionado por Quiroz (2018) quien estudió la identidad cultural de la población del distrito de Túcume encontrando que muchos padres de familia de generaciones adultas se dedican a la panadería artesanal y suelen transmitir a sus hijos los procesos ancestrales, quienes deben tener mayor capacitación para enfrentar un mercado interno y externo cada vez más exigente.

En la investigación realizada se ha capacitado a los panaderos artesanales del distrito de Túcume mediante un taller experimental en la elaboración de un bizcocho tipo Chancay con adición de camote amarillo, así como en elaboración de masa madre los cuales ha fortalecido sus capacidades tecnológicas de producción, lo cual es muy similar con la capacitación realizada por la Municipalidad Provincial de Chumbivilcas (2021) quien como parte de su programa ejecuto un proyecto de fortalecimiento de capacidades dirigido a los panaderos artesanales del distrito de Santo Tomas en la provincia de Chumbivilcas orientado a potencia las habilidades de los panaderos para la producción de panetones artesanales.

Los panaderos artesanales del distrito de Túcume también fueron capacitados en gestión de modernización y/o creación de empresas fortaleciendo de esa manera sus capacidades administrativas de gestión, lo cual es coincidente con el programa de fortalecimiento de capacidades empresariales y de gestión en las microempresas del sector panificador del Callao realizado por el Gobierno Regional del Callao (2018).

Dentro de la capacitación realizada en gestión se ha desarrollado posibilidades de uso de insumos regionales como el maíz morado, el camote amarillo y morado, harina de algarroba, cacao, entre otros, todos ellos con propiedades muy importantes para la salud humana, lo cual coincide con lo expuesto por Villar (2021) quien manifiesta que la Confederación Española de Panadería, Pastelería, Bollería y Afines (CEOPPAN) es el referente del sector tradicional artesanal de España y dentro de su política se encuentra crear productos saludables acorde a las exigencias de consumo de un mercado cada vez más exigente por lo natural.

En las capacitaciones realizadas a los panaderos artesanales del distrito de Túcume se explicó la importancia que tiene en la actualidad implementar nuevos procesos productivos con equipos modernos de panificación como los hornos estáticos y rotatorios utilizando petróleo, gas o electricidad como combustible, así como las maquinas amasadoras, entre otros equipos, lo cual se complementa con lo resaltado por Fabio (2018) quien afirma que es posible la fusión entre artesanía, tradición y actualidad, donde los panaderos experimentados transmiten a las nuevas generaciones, quienes adaptan las técnicas tradicionales a las demandas modernas.

Durante la capacitación se mencionó la importancia que tiene la innovación de productos en panificación utilizando insumos regionales como el maíz morado, camote, harina de algarroba entre otros aprovechando sus importantes aportes nutricionales de cada uno de ellos, dichas iniciativas se encuentran en concordancia con lo descrito por Colin (2018) quien en su estudio

concluye que las panaderías artesanales para enfrentar a la industria panificadora debe ofertar panes mejorados con inclusión de insumos que aporten bondades nutricionales en beneficio de la salud de los usuarios.

VI. CONCLUSIONES

•Luego de la intervención realizada para la variable “fortalecimiento de capacidades” de los panaderos artesanales del distrito de Túcume, el 35% de los participantes quedaron “extremadamente satisfechos” y el 51% “muy satisfechos”.

•Respecto a la dimensión “capacitación técnica en panificación”, el 44% de los participantes quedaron “extremadamente satisfechos” y el 47% muy satisfechos”.

•Dentro de la dimensión “capacitación técnica en panificación”, respecto a la capacitación técnica elaboración de bizcochos, el 63,3% de los participantes quedaron “extremadamente satisfechos” y el 33,3% “muy satisfechos”.

•Respecto a la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”, el 28% de los participantes quedaron “extremadamente satisfechos” y el 53% muy satisfechos”.

•Dentro de la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas”, respecto al cálculo del margen de utilidad, el 43,3% de los participantes quedaron “extremadamente satisfechos” y el 53,3% “muy satisfechos”.

•Luego de la intervención realizada la importancia de la “competitividad” para los panaderos artesanales del distrito de Túcume, es valorada para el 39% de los participantes como “muy importante” y para el 45% “importante”.

•Respecto a la dimensión “innovación”, el 30% de los participantes lo valoran como “muy importante” y el 46% como “importante”.

•Dentro de la dimensión “innovación”, respecto el taller práctico relacionado a la importancia del empaque del producto para su venta, el 53,3% de los participantes lo valoran como “muy importante” y el 43,3% como “importante”.

- Respecto a la dimensión “mejora continua”, el 49% de los participantes lo valoran como “muy importante” y el 43% como “importante”.

- Dentro de la dimensión “mejora continua”, respecto a identificar la causa de los defectos, el 53,3% de los participantes lo valoran como “muy importante” y el 56,37% como “importante”

- La prueba de contraste utilizada con una significancia de 0,05 evidencia que el “fortalecimiento de capacidades” se relaciona en forma significativa con la “competitividad” en el ámbito de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

- La prueba de contraste utilizada con una significancia de 0,05 evidencia que la dimensión “capacitación técnica en panificación” se relaciona en forma significativa con la “competitividad” en el ámbito de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

- La prueba de contraste utilizada a un nivel de significancia de 0,05 evidencia que la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” se relaciona en forma significativa con la “competitividad” en el ámbito de las panaderías artesanales del distrito de Túcume.

VII. RECOMENDACIONES

- Identificar sectores productivos o de servicio del ámbito de las especialidades de la FOPCA-UNFV (acuicultura, pesquería y alimentarias) dentro de las comunidades o sectores sociales de escasos recursos para realizar intervenciones de RSU que conduzcan al fortalecimiento de sus capacidades y de esa manera contribuir en la lucha contra la pobreza y mejora de sus estándares de vida.

- Las intervenciones de RSU debe realizarse con la participación conjunta de docentes y alumnos dentro de sus especialidades, formulando proyectos ejecutables que pueden ser financiados por la universidad, fondos concursables o por entidades de cooperación sean nacionales, internacionales y/o conjuntas.

VIII. REFERENCIAS

- Andina Agencia Peruana de Noticias (23 de julio de 2020). *Con las manos en la masa: panificadores monsefuanos crean el “pan anticovid-19”*.
<https://andina.pe/agencia/noticia-con-las-manos-la-masa-panificadores-monsefuanos-crean-pan-anticovid19-806883.aspx>
- Belzugarri, D., Cachay, A., León, J. y Yesang, S. (2018). *Plan de negocio para una panadería especializada en panes enriquecidos con granos andinos en el Perú*. [Tesis de maestría, Universidad ESAN]. Repositorio Institucional ESAN.
<https://hdl.handle.net/20.500.12640/1305>
- Benedetto, A. (2013). *De la innovación al escalamiento: reflexiones a partir de dos procesos de innovación local*. Instituto de Estudios Peruanos (IEP), Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC), Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). <https://repositorio.iep.org.pe/server/api/core/bitstreams/cc60fd67-4b2f-4505-9c00-65dadd29d94b/content>
- Bonilla, E., Díaz, B., Kleeberg, F., y Noriega, M. (2010). *Mejora continua de los procesos: herramientas y técnicas*. Fondo Editorial Universidad de Lima.
<https://hdl.handle.net/20.500.12724/10832>
- Bozeman, B., Rimes, H. y Youtie, J. (2015). El estado del arte en evolución de la investigación de transferencia tecnológica: revisando el modelo de efectividad contingente. *Research Policy*, 44(1), 34-49.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.06.008>
- Colin, M. (2018). *Caracterización de las agroindustrias panaderas artesanales en la comunidad de Santa Cruz Cuauhtenco, Zinacantepec*. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma del

Estado de México]. Repositorio Institucional UAEM.

<http://hdl.handle.net/20.500.11799/99171>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ]. (2013). *Fortalecimiento de las capacidades de las empresas exportadoras*. Sub-Dirección de Servicios y Asistencia Empresarial (SEA).

<https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/1014>

Condorchúa, N. y Chávez, F. (2015). *Plan de negocios para implementar cadena de panaderías artesanales de servicio rápido en las carreteras a la salida de Lima metropolitana, Perú*. [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC.

<http://hdl.handle.net/10757/596562>

Consejo Nacional de la Competitividad. (2013). *Agenda de competitividad 2012-2013*. Ministerio de Economía y Finanzas del Perú.

https://www.cnc.gob.pe/images/cnc/Institucional/Agenda_Competitividad_2012_2013.pdf

Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [CONCYTEC]. (2016). *Programa Especial de Transferencia Tecnológica 2016-2021*.

[https://portal.concytec.gob.pe/images/noticias/Programa_Especial_de_TT_-](https://portal.concytec.gob.pe/images/noticias/Programa_Especial_de_TT_-_documento_para_consulta_p%C3%BAblica.pdf)

[_documento_para_consulta_p%C3%BAblica.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/noticias/Programa_Especial_de_TT_-_documento_para_consulta_p%C3%BAblica.pdf)

Corona, L. (2002). Innovación y competitividad empresarial. *Aportes, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla*, 7(20), 55-65.

<https://www.redalyc.org/pdf/376/37602005.pdf>

Da Hora, H.; Monteiro, G. y Arica, J. (2010). Confiabilidade em questionarios para qualidade: um estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. *Produto & Producao*, 11(2), 85-103.

<https://doi.org/10.22456/1983-8026.9321>

Fabio, W. (2018). *El sabor de la mano del pan: Artesanía, tradición y actualidad*. [Tesis de maestría, Universidad de Barcelona]. Repositorio Institucional UB.

<https://hdl.handle.net/2445/130559>

Garate, P. y Linares, Y. (2013). *Implicancia del enfoque intercultural en las actividades implementadas por el proyecto “Fortalecimiento de capacidades para la reducción de la desnutrición crónica infantil en la región Tacna”, para el periodo junio 2009 - junio 2010*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/4655>

Gobierno Regional del Callao (20 de noviembre de 2018). *Resolución Gerencial Gerencia Regional N° 125-2018-GRC, que aprueba la modificación del presupuesto de la Actividad: Fortalecimiento de capacidades empresariales y de gestión en las Microempresas de MYPES de la industria panificadora de la Provincia Constitucional del Callao 2018*.

<http://prototipo.regioncallao.gob.pe/contenidos/contenidosGRC/filesContenido/file65999>

Gobierno Regional de Lambayeque (2019). *Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR Lambayeque 2019-2025*.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/390583/PERTUR_Lambayeque_9.pdf?v=1571264566

Gobierno Regional de Lambayeque (2011). *Plan de Desarrollo Regional Concertado de Lambayeque 2011-2021*.

https://mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2015/documentos/11/14_pdrc_lambayeque_2011_2021.pdf

- Grozo, H. (2020). *Fortalecimiento de capacidades y su incidencia en la productividad de los productores de cacao en el distrito de Sitococha, Cajamarca, 2018*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional UNC.
<https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/3917>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (6^a ed.). McGraw-Hill.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2018). *Directorio Nacional de Centros Poblados. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1541/Index.htm
- Jiménez, L. y Ramírez, A. (2017). *Proyecto de inversión para la instalación de una panadería en el distrito de La Esperanza en el año 2017*. [Trabajo de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN.
<https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04>
- Medellín, E. (2013). *Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa*. Siglo XXI Edita Iberoamericana.
- Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI]. (2019). *Informe Anual de Seguimiento al Fortalecimiento de Capacidades, año 2019*. Dirección de Seguimiento y Evaluación de Políticas.
https://siea.midagri.gob.pe/porta1/phocadownload/dsep/serviagro/anual/Informe_Fortalecimiento_Capacidades_2019.pdf

Municipalidad Distrital de Túcume, (2019). *Plan de Desarrollo Concertado del Distrito de Túcume, 2019-2025*.

https://www.munitucume.gob.pe/images/transparencia/planeamiento/Plan_de_Desarrollo_Concertado_Distrito_Tucume-Validado_y_aprobado.pdf

Municipalidad Provincial de Chumbivilcas, (25 de marzo de 2021). Resolución de Alcaldía N° 100-2021-A-MPCH que aprueba el *plan de actividades de capacitación: “Fortalecimiento de capacidades en la elaboración de panetones dirigido a panaderos del distrito de Santo Tomas de la provincia de Chumbivilcas – Cusco”*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1923343/RA100.pdf.pdf?v=1622582807>

Muñoz, R. (2014). *Innovación a la mexicana. Más allá de romper paradigmas*. Penguin Random House Grupo Editorial SAU

Ocola, P. (2015). *La mejora continua y su relación con la calidad de servicio en la plataforma de atención al usuario en el Hospital del Niño, distrito de Breña, año 2015*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/148>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2021). *Fortalecimiento de capacidades en acción*.

<https://www.fao.org/capacity-development/es/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021). *Fortalecimiento de capacidades*.

<https://www.es.unesco.org/creativitiy/fortalecimiento-de-capacidades>

Organización Internacional de Normalización [ISO]. (2015). *ISO 9001: 2015 (es) Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos*.

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Porter, M., Coria, A., Pastor, I., Orozco, J. y Pecina, J. (2015). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria

Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (2009). *El Desarrollo*.

https://es.wikipedia.org/wiki/Programa_de_las_Naciones_Unidas_para_el_Desarrollo

Quiroz, Z. (2018). *Influencia de la gestión cultural del museo de sitio y complejo arqueológico de Túcume en el fortalecimiento de la identidad cultural de la población local*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNITRU.

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11634>

Real Academia Española. (2012). *Diccionario de la Real Academia Española*.
<https://dle.rae.es/diccionario>

Reyes, J. (2010). Transferencia tecnológica en institutos universitarios de tecnología. *Revista Electrónica Facultad de Ingeniería de la Universidad Valle del Monboy*, 4(2), 280-296.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3640275>

Ritter, M. (2010). The science transfer series: Technology transfer from academia to industry and its impact on university management. *Revista Odonto Ciencia*, 25(2), 118-119.
<https://doi.org/10.1590/S1980-65232010000200002>

Rodríguez, V. (2017). *Empresa y Administración*. Editorial Editex

Romaní, F. (2012). Propuesta de desarrollo de transferencia tecnológica del Instituto Nacional de Salud hacia las regiones. *Boletín del Instituto Nacional de Salud*, 18(5-6), 96-102.
<https://repositorio.ins.gob.pe/xmlui/bitstream/handle/INS/363/BOLETIN-2012-may-jun->

96-102.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rozo, N. (2017). *Estudio de mercado para la comercialización de pan artesanal congelado*.

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá. Gerencia de Posgrados. Especialización en Alta Gerencia.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20162/T%20EAG%20R893e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rubio, L. y Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad*. Fondo de Cultura Económica.

<https://es.scribd.com/read/482625985/El-poder-de-lacompetitividad>

Ruiz, E., Gago, M., García, C. y López, S. (2013). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. McGraw-Hill/Interamericana de España S.A.

Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Vicerrectorado de Investigación, Universidad Ricardo Palma

Schwalb, M., Priale, M. y Vallaey, F. (2019). *Guía de Responsabilidad Social Universitaria*. Universidad del Pacífico.

<http://dx.doi.org/10.21678/978-9972-57-420-7>

Universidad Nacional Federico Villarreal [UNFV]. (2012). *Convenio marco de cooperación*

interinstitucional entre la Universidad Nacional Federico Villarreal y la Municipalidad

Distrital de Túcume. Resolución Rectoral N° 2279-2012-CU-UNFV.

https://web2.unfv.edu.pe/sitio/transparencia_estandar/Datos_Generales/Normas_Emitidas/Resoluciones/Consejo_Universitario/2012/Resolucion_R_Nro_2279_2012_CU_UNFV.pdf

Universidad Nacional Federico Villarreal [UNFV]. (2017). *Convenio marco de cooperación*

interinstitucional entre la Universidad Nacional Federico Villarreal y la Municipalidad

Distrital Túcume. Resolución Rectoral. N° 1612-2017-CU-UNFV

https://web2.unfv.edu.pe/sitio/images/convenios/nacionales/2018/enero/conv_mun_tucume_completo.pdf

Universidad Nacional Federico Villarreal [UNFV]. (2019). *Estatuto UNFV y sus modificatorias a junio de 2019*.

<https://www.bing.com/search?q=Estatuto+de+la+UNFV+2019&FORM=AWRE#>

Urquijo, M. (2014). La teoría de las capacidades en Amartya Sen. *Edetania*, 46(12), 63-80.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5010857.pdf>

Valdivia, J. (2015) *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. IC Editorial

Vásquez, A. (2017). El pan artesanal de San Miguel Tecomatlan, México. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 4(11), 116-135.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=469550538007>

Villar, E. (2021). *CEOPPAN como voz única y representativa de la panadería tradicional y artesanal española*. Confederación Española de Panadería, Pastelería, Bollería y Afines.

<https://www.panaderos.info/?p=5505>

IX. ANEXOS

Anexo A. Matriz de consistencia

TÍTULO: FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES Y COMPETITIVIDAD EN PANADERÍAS ARTESANALES DEL DISTRITO DE TÚCUME, PROVINCIA Y REGIÓN LAMBAYEQUE, 2024				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES/DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿En qué medida influye el fortalecimiento de capacidades en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque?</p> <p>Problemas específicos ¿En qué medida influye el fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación técnica en panificación en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque?</p> <p>¿En qué medida influye el fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque?</p>	<p>Objetivo general Determinar la influencia del fortalecimiento de capacidades en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.</p> <p>Objetivos específicos Evaluar la influencia del fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación técnica en panificación en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.</p> <p>Evaluar la influencia del fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.</p>	<p>Hipótesis general: El fortalecimiento de capacidades influye en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.</p> <p>Hipótesis específicas: El fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación técnica en panificación influye en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.</p> <p>El fortalecimiento de capacidades a través de la capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas influye en la competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque.</p>	<p>Variables</p> <p>Variable dependiente: Competitividad</p> <p>Dimensiones -Innovación -Mejora continua</p> <p>Variable independiente Fortalecimiento de capacidades</p> <p>Dimensiones -Capacitación técnica en panificación -Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas</p>	<p>Tipo de investigación: Enfoque cuantitativo, nivel correlacional y descriptivo.</p> <p>Población y muestra: N=100. n=26. Participaron 30 panaderos artesanales del distrito de Túcume y distritos vecinos</p> <p>Procedimientos: Etapa I: Acciones de cooperación realizadas por la UNFV en el distrito de Túcume, provincia y Región Lambayeque Etapa II: Elección de los beneficiarios para el fortalecimiento de capacidades Etapa III: Acciones de intervención en beneficio de las panaderías artesanales Etapa IV: Descripción y evaluación del fortalecimiento de capacidades y competitividad de las panaderías artesanales del distrito de Túcume</p> <p>Análisis de datos Se utilizó métodos estadísticos descriptivos e inferenciales. Las muestras no tuvieron tendencia normal a un α del 5%. La contrastación de las hipótesis de investigación se realizó utilizando la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman.</p>

Anexo B. Instrumento de recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL							
Agradecemos responder el cuestionario sobre la relación entre el Fortalecimiento de Capacidades y Competitividad en las panaderías Artesanales del distrito de Túcume, provincia y región Lambayeque, año 2024							
Indicaciones: Se utiliza la escala de Likert. Marque con un aspa (X) la celda según considere pertinente							
Escala de medida	No satisfecho	Poco satisfecho	Moderadamente satisfecho	Muy satisfecho	Extremadamente satisfecho		
	1	2	3	4	5		
VARIABLE: FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES							
Dimensión: Capacitación técnica en panificación			1	2	3	4	5
1	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de panes?						
2	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de bizcochos?						
3	¿Cómo califica la información sobre equipos de panificación?						
4	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos comerciales?						
5	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos regionales?						
Dimensión: Capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas			1	2	3	4	5
6	¿El cálculo del costo de producción fue didáctico y práctico?						
7	¿El cálculo del margen de utilidad fue didáctico y práctico?						
8	¿Cómo califica la capacitación para modernizar una panadería?						
9	¿Cómo califica la capacitación para crear una nueva panadería?						
10	¿Cómo califica la capacitación para gestión de financiamiento?						
11	¿Cómo califica la capacitación para gestión con plan de negocios?						
Escala de medida	No es importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante		
	1	2	3	4	5		
VARIABLE: COMPETITIVIDAD							
Dimensión: Innovación			1	2	3	4	5
12	¿Considera importante participar en ferias locales o regionales?						
13	¿Considera importante utilizar insumos locales o regionales?						
14	¿Considera importante dar nombres tradicionales a sus productos?						
15	¿Considera importante elaborar productos con diseños locales?						
16	¿Considera importante desarrollar productos innovadores?						
17	¿Considera importante el empaque del producto para su venta?						
Dimensión: Mejora continua			1	2	3	4	5
18	¿Considera importante la mejora continua en formulación de masa?						
19	¿Considera necesario descartar los productos que tienen defectos?						
20	¿Considera necesario identificar la causa de los defectos?						
21	¿Considera importante atender urgente los reclamos de los clientes?						
22	¿Considera importante controlar y mejorar la higiene y sanidad?						
23	¿Considera importante evaluar nuevos insumos para utilizar?						

Anexo C. Convenio marco entre la UNFV y la Municipalidad Distrital de Túcume del año 2017



**9CONVENIO MARCO
DE COOPERACION INTERINSTITUCIONAL ENTRE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL Y
LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL TUCUME**

Conste por el presente documento el Convenio Marco que suscriben de una parte la **UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL**, debidamente representada por su Rector Dr. Juan Oswaldo Alfaro Bernedo, identificado con DNI N° 08608209 y con domicilio legal en la Calle Carlos Gonzáles N° 285 Urb. Maranga, Distrito de San Miguel – Lima, a quien en adelante se denominara la **UNIVERSIDAD**; y de la otra parte, la **MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TUCUME**, representada por su Alcalde el señor Prof. Santos Sánchez Baldera, identificado con DNI N° 17603401 con domicilio en Calle Unión 540, distrito de Tucume quien en adelante se denominara la **MUNICIPALIDAD**, bajo los términos y condiciones siguientes:



CLÁUSULA PRIMERA: DE LOS INTERVINIENTES

1.1 **LA UNIVERSIDAD**, es una persona jurídica de derecho público interno creada por Ley N° 14692 del 30 de Octubre de 1963 se rige por la Constitución Política del Perú y por la Ley Universitaria, su Estatuto y Reglamento, se encuentra al servicio del país y está integrada por profesores alumnos y graduados, dedicada al estudio e investigación, a la creación y aplicación científica y tecnológica, enseñanza, transmisión y difusión del conocimiento para la formación de humanistas, científicos investigadores, profesionales y docentes.



1.2 **LA MUNICIPALIDAD** es una institución de derecho público, constituyéndose en persona jurídica con autonomía económica y administrativa en los asuntos de su competencia, de conformidad a lo previsto en la Ley N° 27972 – Ley Orgánica de Municipalidades, correspondiéndole entre otras funciones celebrar acuerdos con otras instituciones a fin de mejorar la gestión institucional.



CLÁUSULA SEGUNDA: DEL ORDENAMIENTO LEGAL

- 2.1 Constitución Política del Perú.
- 2.2 Ley General de Educación N° 28044
- 2.3 Ley Universitaria N° 30220
- 2.4 Ley N° 27972: Ley Orgánica de Municipalidades
- 2.5 Estatuto y Reglamento de Universidad Nacional Federico Villarreal.
- 2.6 Resolución Rectoral N° 536-216.UNFV de fecha 27 de diciembre de 2016 que designa como Rector de la Universidad Nacional Federico Villarreal al Dr. Juan Oswaldo Alfaro Bernedo.





Universidad Nacional
Federico Villarreal



CLÁUSULA TERCERA: DEL OBJETIVO

El presente Convenio tiene por objetivo la concertación de voluntades y la definición de pautas básicas de cooperación, dirigida a la suscripción de convenios específicos para la formulación y ejecución de proyectos y programas de desarrollo institucional recíproco, con énfasis en acciones de apoyo especializado de parte de **LA UNIVERSIDAD** al mejoramiento de la gerencia municipal y de los servicios que se prestan a la población y a las instituciones públicas y privadas de su jurisdicción.



CLÁUSULA CUARTA: DE LOS COMPROMISOS INTERINSTITUCIONALES

- 4.1 **LA UNIVERSIDAD** dará servicios de asesoría, capacitación, asistencia técnica y consultoría, así como la elaboración, ejecución y evaluación de proyectos y actividades de investigación científica - tecnológica y desarrollo productivo local con la participación de docentes, egresados y alumnos calificados.
- 4.2 **LA MUNICIPALIDAD** y **LA UNIVERSIDAD** buscarán el financiamiento de las asesorías, asistencia técnica, consultorías, capacitación y servicios especializados que provea **LA UNIVERSIDAD** en el marco del presente Convenio.
- 4.3 **LA MUNICIPALIDAD** facilitará a los alumnos de **LA UNIVERSIDAD** la realización de prácticas pre-profesionales en sus diferentes áreas; expidiendo las certificaciones correspondientes.
- 4.4 **LA MUNICIPALIDAD** posibilitará a los estudiantes de Postgrado y egresados de **LA UNIVERSIDAD** realicen actividades y programas de Proyección Social e Investigación en áreas del ámbito de **LA MUNICIPALIDAD**, de tal manera que sea posible obtener sus tesis para optar el grado académico y título profesional.
- 4.5 **LA MUNICIPALIDAD** y **LA UNIVERSIDAD**, unirán esfuerzos para ejecutar obras de ornato y servicios, en bienestar de la comunidad.
- 4.6 **LA MUNICIPALIDAD**, facilitara la infraestructura y el equipamiento para cumplir con las labores asignadas a los equipos técnicos de **LA UNIVERSIDAD**.
- 4.7 Facilitar la gestión administrativa de **LA MUNICIPALIDAD**, a fin de optimizar las actividades a realizarse.
- 4.8 Publicarán en la medida de sus posibilidades los trabajos de investigación aprobados y los proyectos a implementarse durante la vigencia del presente convenio.
- 4.9 Coordinar, evaluar y aprobar de ser el caso, los proyectos que formule **LA UNIVERSIDAD**.





Universidad Nacional
Federico Villarreal



CLÁUSULA QUINTA: DEL FINANCIAMIENTO

Los gastos que irroge la implementación de las actividades señaladas en la Cláusula Tercera serán financiados de conformidad con lo concordado para cada actividad en particular, debiendo establecerse adicionalmente la modalidad a la que deberán ajustarse las acciones comunes convenidas.

CLÁUSULA SEXTA: DE LOS CONVENIOS ESPECIFICOS

6.1 Para concretar la ejecución de Proyectos, Programas, Trabajos y actividades orientadas a los fines y objetivos del presente Convenio Marco, **LA UNIVERSIDAD y LA MUNICIPALIDAD** coordinarán la elaboración de Convenios Específicos, a través de sus Oficinas Técnicas y/o Facultades pertinentes.

6.2 Los Convenios Específicos servirán como instrumento normativo de ejecución, evaluación y control de proyectos, programas, trabajos y actividades determinadas, los cuales contendrán las pautas necesarias para su óptima y eficiente realización.



CLÁUSULA SETIMA: DE LA VIGENCIA

El presente convenio rige a partir de la fecha de suscripción, tiene una vigencia de cinco (5) años, pudiendo ser renovado por un período similar con las mismas características, decisión que será comunicada por escrito con una anticipación de dos (02) meses a la fecha de su vencimiento.



CLÁUSULA OCTAVA: DE LA MODIFICACIÓN Y AMPLIACIÓN

Lo que no estuviese contemplado, así como las modificaciones o ampliaciones del presente convenio, se pondrá en conocimiento y previo acuerdo por ambas partes, se suscribirá una ADDENDA.



CLÁUSULA NOVENA: DE LA CONCLUSIÓN DEL CONVENIO

El presente Convenio quedará concluido antes de su vencimiento en los siguientes casos:

- Por acuerdo entre las partes, el mismo que deberá ser expresado por escrito, con una anticipación de quince (15) días.
- Por incumplimiento injustificado de cualquiera de las obligaciones asumidas por las partes en el presente convenio.

En este caso cualquiera de las partes deberá requerir por escrito el incumplimiento de la obligación en un plazo de 30 días hábiles. En caso esto no ocurra el Convenio quedará resuelto en forma automática.





Universidad Nacional
Federico Villarreal



La cancelación del convenio no implicará el término de las actividades que se encuentren en ejecución, y no afectará la ejecución de los acuerdos puntuales que se hayan celebrado en el marco del presente Convenio.



CLÁUSULA DÉCIMA: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS



LA UNIVERSIDAD y LA MUNICIPALIDAD dejan expresa constancia que cualquier controversia, discrepancia o reclamación derivada de este Convenio o que guarde relación con el mismo, incluidas las de su inexistencia, nulidad o invalidez, ejecución, cumplimiento o interpretación, será resuelta mediante la práctica de conversaciones directas y la adopción de soluciones de mutuo acuerdo.

De persistir la controversia, ésta será resuelta de acuerdo a la Ley de Arbitraje vigente, Ley No.26572



CLÁUSULA DECIMA PRIMERA: DE LA APROBACIÓN Y SUSCRIPCIÓN

En señal de conformidad con los términos del presente Convenio, las partes lo suscriben en cuatro (4) originales a los 10 días del mes de noviembre del año dos mil diecisiete.



Dr. JUAN OSWALDO ALFARO BERNEDO
Rector
UNIVERSIDAD NACIONAL
FEDERICO VILLARREAL



Prof. SANTOS SANCHEZ BALDERA
Alcalde
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TUCUME

Anexo D. Validación del instrumento por el experto 1

La validez del instrumento fue mediante Juicio de Expertos, con docentes de la UNFV con grado de Maestro o Doctor.

3. Validación del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RELACIÓN ENTRE EL FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES Y COMPETITIVIDAD EN LAS PANADERÍAS ARTESANALES DEL DISTRITO DE TÚCUME, PROVINCIA Y REGIÓN LAMBAYEQUE, AÑO 2023.

N°	DIMENSIONES/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Capacitación técnica en panificación								
1	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de panes?	x		x		x		
2	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de bizcochos?	x		x		x		
3	¿Cómo califica la información sobre equipos de panificación?	x		x		x		
4	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos comerciales?	x		x		x		
5	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos regionales?	x		x		x		
Dimensión 2: Capacidad en gestión en modernización y/o creación de empresas								
6	¿El cálculo del costo de producción fue didáctico y práctico?	x		x		x		
7	¿El cálculo del margen de utilidad fue didáctico y práctico?	x		x		x		
8	¿Cómo califica la capacitación para modernizar una panadería?	x		x		x		
9	¿Cómo califica la capacitación para crear una nueva panadería?	x		x		x		
10	¿Cómo califica la capacitación para gestión de financiamiento?	x		x		x		
11	¿Cómo califica la capacitación para gestión con plan de negocios?	x		x		x		
Dimensión 3: Innovación								
12	¿Considera importante participar en ferias locales o regionales?	x		x		x		
13	¿Considera importante utilizar insumos locales o regionales?	x		x		x		
14	¿Considera importante dar nombres tradicionales a sus productos?	x		x		x		
15	¿Considera importante elaborar productos con diseños locales?	x		x		x		
16	¿Considera importante desarrollar productos innovadores?	x		x		x		
17	¿Considera importante el empaque del producto para su venta?	x		x		x		
Dimensión 4: Mejora continua								
18	¿Considera importante la mejora continua en formulación de masa?	x		x		x		
19	¿Considera necesario descartar los productos que tienen defectos?	x		x		x		
20	¿Considera necesario identificar la causa de los defectos?	x		x		x		
21	¿Considera importante atender urgente los reclamos de los clientes?	x		x		x		
22	¿Considera importante controlar y mejorar la higiene y sanidad?	x		x		x		
23	¿Considera importante evaluar nuevos insumos para utilizar?	x		x		x		

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Valoración general del cuestionario

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	SÍ	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente (ver Anexo 1)	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		X
Las preguntas constituyen un riesgo para el encuestado (en el supuesto de contestar Sí, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		X

Preguntas que el experto considere que pudiera ser un riesgo para el encuestado:	
Nº de las(s) preguntas(s)	
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	
Propuesta de mejora (modificación, sustitución o supresión)	


Observaciones (precisar si hay suficiencia): Sí (X) NO ()

Opinión de aplicabilidad: (Marque con una X) Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	X			

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario	
Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

Identificación del experto

Nombres y apellidos	ABEL WALTER ZAMBRANO CANBANILLAS
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	DOCENTE, DOCTOR EN INGENIERÍA Y DOCENTE ORDINARIO DE PREGRADO Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
e-mail	azambrano@unfv.edu.pe
Teléfono o celular	990995869
Fecha de validación (día, mes y año):	14 de Febrero de 2023
Firma	 <p>Firmado digitalmente por: ZAMBRANO CABANILLAS Abel Water FAU 20170034289 soft Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 16/02/2023 00:09:18-0500</p>

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario

Anexo E. Validación del instrumento por el experto 2

3. Validación del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RELACIÓN ENTRE EL FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES Y COMPETITIVIDAD EN LAS PANADERÍAS ARTESANALES DEL DISTRITO DE TÚCUME, PROVINCIA Y REGIÓN LAMBAYEQUE, AÑO 2023.

Nº	DIMENSIONES/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Capacitación técnica en panificación								
1	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de panes?	x		x		x		
2	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de bizcochos?	x		x		x		
3	¿Cómo califica la información sobre equipos de panificación?	x		x		x		
4	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos comerciales?	x		x		x		
5	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos regionales?	x		x		x		
Dimensión 2: Capacidad en gestión en modernización y/o creación de empresas								
6	¿El cálculo del costo de producción fue didáctico y práctico?	x		x		x		
7	¿El cálculo del margen de utilidad fue didáctico y práctico?	x		x		x		
8	¿Cómo califica la capacitación para modernizar una panadería?	x		x		x		
9	¿Cómo califica la capacitación para crear una nueva panadería?	x		x		x		
10	¿Cómo califica la capacitación para gestión de financiamiento?	x		x		x		
11	¿Cómo califica la capacitación para gestión con plan de negocios?	x		x		x		
Dimensión 3: Innovación								
12	¿Considera importante participar en ferias locales o regionales?	x		x		x		
13	¿Considera importante utilizar insumos locales o regionales?	x		x		x		
14	¿Considera importante dar nombres tradicionales a sus productos?	x		x		x		
15	¿Considera importante elaborar productos con diseños locales?	x		x		x		
16	¿Considera importante desarrollar productos innovadores?	x		x		x		
17	¿Considera importante el empaque del producto para su venta?	x		x		x		
Dimensión 4: Mejora continua								
18	¿Considera importante la mejora continua en formulación de masa?	x		x		x		
19	¿Considera necesario descartar los productos que tienen defectos?	x		x		x		
20	¿Considera necesario identificar la causa de los defectos?	x		x		x		
21	¿Considera importante atender urgente los reclamos de los clientes?	x		x		x		
22	¿Considera importante controlar y mejorar la higiene y sanidad?	x		x		x		
23	¿Considera importante evaluar nuevos insumos para utilizar?	x		x		x		

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Valoración general del cuestionario

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	SÍ	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente (ver Anexo 1)	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		X
Las preguntas constituyen un riesgo para el encuestado (en el supuesto de contestar Sí, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		X

Preguntas que el experto considere que pudiera ser un riesgo para el encuestado:	
N° de las(s) preguntas(s)	
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	
Propuesta de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Sí (X) NO ()

Opinión de aplicabilidad: (Marque con una X) Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	X			

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario	
Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

Identificación del experto

Nombres y apellidos	OLEGARIO MARÍN MACHUCA
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	DOCENTE/DOCTOR/FOPCA-UNFV
e-mail	omarin@unfv.edu.pe
Teléfono o celular	999638815
Fecha de validación (día, mes y año):	14/02/2023
Firma	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario

Anexo F. Validación del instrumento por el experto 3

3. Validación del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RELACIÓN ENTRE EL FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES Y COMPETITIVIDAD EN LAS PANADERÍAS ARTESANALES DEL DISTRITO DE TÚCUME, PROVINCIA Y REGIÓN LAMBAYEQUE, AÑO 2023.

Nº	DIMENSIONES/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Capacitación técnica en panificación		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de panes?	x		x		x		
2	¿Cómo califica la capacitación técnica en elaboración de bizcochos?	x		x		x		
3	¿Cómo califica la información sobre equipos de panificación?	x		x		x		
4	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos comerciales?	x		x		x		
5	¿Cómo califica la capacitación técnica sobre insumos regionales?	x		x		x		
Dimensión 2: Capacidad en gestión en modernización y/o creación de empresas		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6	¿El cálculo del costo de producción fue didáctico y práctico?	x		x		x		
7	¿El cálculo del margen de utilidad fue didáctico y práctico?	x		x		x		
8	¿Cómo califica la capacitación para modernizar una panadería?	x		x		x		
9	¿Cómo califica la capacitación para crear una nueva panadería?	x		x		x		
10	¿Cómo califica la capacitación para gestión de financiamiento?	x		x		x		
11	¿Cómo califica la capacitación para gestión con plan de negocios?	x		x		x		
Dimensión 3: Innovación		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
12	¿Considera importante participar en ferias locales o regionales?	x		x		x		
13	¿Considera importante utilizar insumos locales o regionales?	x		x		x		
14	¿Considera importante dar nombres tradicionales a sus productos?	x		x		x		
15	¿Considera importante elaborar productos con diseños locales?	x		x		x		
16	¿Considera importante desarrollar productos innovadores?	x		x		x		
17	¿Considera importante el empaque del producto para su venta?	x		x		x		
Dimensión 4: Mejora continua		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
18	¿Considera importante la mejora continua en formulación de masa?	x		x		x		
19	¿Considera necesario descartar los productos que tienen defectos?	x		x		x		
20	¿Considera necesario identificar la causa de los defectos?	x		x		x		
21	¿Considera importante atender urgente los reclamos de los clientes?	x		x		x		
22	¿Considera importante controlar y mejorar la higiene y sanidad?	x		x		x		
23	¿Considera importante evaluar nuevos insumos para utilizar?	x		x		x		

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Valoración general del cuestionario

Por favor, marque con una X la respuesta escogida de entre las opciones que se presentan:

	SÍ	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente (ver Anexo 1)	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo		X
Las preguntas constituyen un riesgo para el encuestado (en el supuesto de contestar SÍ, por favor, indique inmediatamente abajo cuáles)		X

Preguntas que el experto considere que pudiera ser un riesgo para el encuestado:

N° de las(s) preguntas(s)	
Motivos por los que se considera que pudiera ser un riesgo	
Propuesta de mejora (modificación, sustitución o supresión)	


Observaciones (precisar si hay suficiencia): SÍ (X) NO ()

Opinión de aplicabilidad: (Marque con una X) Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

	Evaluación general del cuestionario			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Validez de contenido del cuestionario	X			

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario	
Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuestas de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

Identificación del experto

Nombres y apellidos	Gladis Josefina, Aldave Palacios
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	Docente, Magister, UNFV-FOPCA
e-mail	galdave@unfv.edu.pe
Teléfono o celular	997212932
Fecha de validación (día, mes y año):	15 de febrero de 2023
Firma	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario

Anexo G. Confiabilidad del instrumento

Se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, que permite evaluar la consistencia interna del instrumento, ubicándose en un rango que va de 0 a 1. Este coeficiente ayuda a determinar si el instrumento presenta fallos que podrían generar conclusiones equivocadas, o si, por el contrario, se trata de una herramienta confiable que ofrece resultados estables y coherentes.

La forma de interpretar estos valores indica que, cuanto más próximos estén a 1, mayor será la confiabilidad; considerándose generalmente como aceptable un nivel de fiabilidad a partir de 0,80.

Reporte del coeficiente de Alfa de Cronbach obtenido con el SPSS.28.0.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,839	23

Estadísticos total-elemento				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
FORTALE_CAPACI_D1_1	88.8333	46.557	.649	.822
FORTALE_CAPACI_D1_2	88.8333	46.006	.658	.821
FORTALE_CAPACI_D1_3	88.8333	46.282	.681	.821
FORTALE_CAPACI_D1_4	88.9333	46.547	.709	.821
FORTALE_CAPACI_D1_5	88.7333	47.168	.660	.823
FORTALE_CAPACI_D1_6	89.4667	45.706	.695	.820
FORTALE_CAPACI_D2_7	89.5000	46.190	.638	.822
FORTALE_CAPACI_D2_8	89.4000	47.421	.568	.826
FORTALE_CAPACI_D2_9	89.5667	48.254	.559	.827
FORTALE_CAPACI_D2_10	89.7000	47.734	.446	.831
FORTALE_CAPACI_D2_11	89.3667	44.033	.707	.817
COMPETITIVIDAD_D3_12	88.7000	50.493	.247	.838
COMPETITIVIDAD_D3_13	88.7333	51.582	.124	.842
COMPETITIVIDAD_D3_14	89.8000	53.200	-.066	.852
COMPETITIVIDAD_D3_15	89.7000	50.424	.186	.842
COMPETITIVIDAD_D3_16	88.8667	49.223	.361	.834
COMPETITIVIDAD_D3_17	88.5667	48.875	.478	.830
COMPETITIVIDAD_D4_18	88.6667	51.540	.124	.843
COMPETITIVIDAD_D4_19	88.7000	50.286	.242	.839
COMPETITIVIDAD_D4_20	88.5333	52.464	.042	.844
COMPETITIVIDAD_D4_21	88.7667	52.944	-.036	.849
COMPETITIVIDAD_D4_22	88.6333	48.240	.459	.830
COMPETITIVIDAD_D4_23	88.6333	52.930	-.037	.849

Anexo H. Carta dirigida a la Municipalidad Distrital de Tucume

**DECANATO**

FACULTAD DE OCEANOGRAFIA, PESQUERÍA, CIENCIAS ALIMENTARIAS Y
ACUICULTURA

*"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración
de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"*

CARTA N°0004-2024-D-FOPCA-UNFV

Sr. TOMAS SANDOVAL BALDERA
Alcalde de la Municipalidad Distrital de Tucume
Presente. –



**Asunto: Taller de capacitación para el fortalecimiento de los
panaderos artesanales del distrito de Tucume**

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo a nombre del equipo de docentes de la Facultad de Oceanografía, Pesquería, Ciencias Alimentarias y Acuicultura (FOPCA) de la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV) y respecto al asunto manifestarle lo siguiente:

1. En un periodo anterior a la pandemia del Covid 19 visitamos el distrito de Tucume, para evaluar algunas necesidades de la comunidad en las que la UNFV, pueda contribuir en beneficio de sus pobladores.
2. En dicha evaluación observamos que la actividad panadera tiene escasa oferta con innovación productiva utilizando recursos de la región para atender la demanda de visitantes tanto de origen nacional como extranjero.
3. Frente a esta necesidad dentro de un enfoque de Responsabilidad Social la UNFV, a través de la FOPCA va realizar un taller de capacitación para el fortalecimiento a los panaderos artesanales del distrito, para lo cual solicitamos a su despacho designar cinco (5) panaderos artesanales y/o futuros emprendedores de su distrito para que puedan asistir a dicho evento.
4. El Taller de capacitación se realizará:
Lugar: Caracucho, distrito de Mórrope
Fecha: sábado 21 de setiembre de 2024
Hora: 08:00 a 16:00 horas
5. Esperamos que el evento tenga impacto para impulsar el emprendimiento en el rubro de la panificación y mejorar su economía; consecuentemente la calidad de vida de los pobladores de su comunidad.

Agradeciendo anticipadamente su participación, me suscribo de usted.



Universidad Nacional
Federico Villarreal

DECANATO

FACULTAD DE OCEANOGRAFIA, PESQUERÍA, CIENCIAS ALIMENTARIAS Y
ACUICULTURA

*"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración
de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"*

Atentamente,

Ing. Walter Eduardo Blas Ramos
Docente de la FOPCA-UNFV
Teléfono de contacto: 986-994-017



Pedro José Rodríguez Seytuque. PhD.
Decano de la FOPCA - UNFV

PJRS/ Ana R.

Anexo I. Prueba de normalidad a los 23 ítems

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
FORTALE_CAPACI_D1_1	,268	30	,000	,790	30	,000
FORTALE_CAPACI_D1_2	,254	30	,000	,793	30	,000
FORTALE_CAPACI_D1_3	,268	30	,000	,790	30	,000
FORTALE_CAPACI_D1_4	,317	30	,000	,778	30	,000
FORTALE_CAPACI_D1_5	,309	30	,000	,754	30	,000
FORTALE_CAPACI_D1_6	,330	30	,000	,745	30	,000
FORTALE_CAPACI_D2_7	,282	30	,000	,830	30	,000
FORTALE_CAPACI_D2_8	,277	30	,000	,771	30	,000
FORTALE_CAPACI_D2_9	,342	30	,000	,710	30	,000
FORTALE_CAPACI_D2_10	,284	30	,000	,853	30	,001
FORTALE_CAPACI_D2_11	,221	30	,001	,873	30	,002
COMPETITIVIDAD_D3_12	,291	30	,000	,753	30	,000
COMPETITIVIDAD_D3_13	,309	30	,000	,754	30	,000
COMPETITIVIDAD_D3_14	,274	30	,000	,847	30	,001
COMPETITIVIDAD_D3_15	,263	30	,000	,843	30	,000
COMPETITIVIDAD_D3_16	,285	30	,000	,789	30	,000
COMPETITIVIDAD_D3_17	,342	30	,000	,710	30	,000
COMPETITIVIDAD_D4_18	,300	30	,000	,749	30	,000
COMPETITIVIDAD_D4_19	,295	30	,000	,764	30	,000
COMPETITIVIDAD_D4_20	,354	30	,000	,637	30	,000
COMPETITIVIDAD_D4_21	,277	30	,000	,774	30	,000
COMPETITIVIDAD_D4_22	,331	30	,000	,741	30	,000
COMPETITIVIDAD_D4_23	,331	30	,000	,741	30	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Anexo J. Prueba Rho de Spearman

Reporte del software SPSS que relaciona la variable “fortalecimiento de capacidades” con la variable “competitividad”

Correlaciones no paramétricas

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\admin\Documents\TESIS BLAS 2025.sav

Correlaciones

			FORTALECIMIENTO _CAPACIDADES	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	FORTALECIMIENTO _CAPACIDADES	Coefficiente de correlación	1,000	,985**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,985**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Reporte del software SPSS que relaciona la dimensión “capacitación técnica en panificación” con la variable “competitividad”

Correlaciones no paramétricas

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\admin\Documents\TESIS BLAS 2025.sav

Correlaciones

			FC_CAPACITACIÓN _PANIFICA_D1	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	FC_CAPACITACIÓN _PANIFICA_D1	Coefficiente de correlación	1,000	,978**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,978**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Reporte del software SPSS que relaciona la dimensión “capacitación en gestión de modernización y/o creación de empresas” con la variable “competitividad”

Correlaciones no paramétricas

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\admin\Documents\TESIS BLAS 2025.sav

Correlaciones

			COMPETITIVIDAD	FC_CAPACITACIÓN _GESTIÓN_D2
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,912**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	FC_CAPACITACIÓN_ GESTIÓN_D2	Coefficiente de correlación	,912**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Anexo K. Base de datos obtenido del cuestionario

N°	VARIABLE: FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES											VARIABLE: COMPETITIVIDAD											
	DIMENSIÓN: CAPACITACIÓN TÉCNICA EN PANIFICACIÓN					DIMENSIÓN: CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE MODERNIZACIÓN Y/O CREACIÓN DE EMPRESAS						DIMENSIÓN: INNOVACIÓN						DIMENSIÓN: MEJORA CONTINUA					
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Item 21	Item 22	Item 23
1	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5
2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
3	5	5	5	4	4	4	5	3	4	3	5	5	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4	3
4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	2	3	5	5	5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	4	4
6	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
7	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4
8	4	5	5	4	4	4	5	4	5	2	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	5	5
9	3	4	4	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	4	2	5	4	3	3	5	3	4	5
10	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	2	3	5	5	4	4	4	5	4	5
11	4	4	3	4	3	5	5	4	5	4	5	3	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3
12	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5	4	3	4
13	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5
14	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5
15	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	5	4	5	5
16	4	5	5	5	4	5	5	5	4	2	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
17	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	4	4	5	5	3	4
18	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	5	3
19	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5
20	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5
21	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4
22	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4
23	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5
24	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	5	5
25	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4
26	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	3	5	4	3	5
27	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4
28	5	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	5	5	5	3	4	4
29	3	4	5	4	4	3	4	3	5	2	5	5	4	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5
30	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	5	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	5

Anexo L. Materias primas básica utilizadas para la capacitación.

