



**MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE AGRONEGOCIOS
TIEMPO PARCIAL LIMA 2016-1**

**IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS EXPLORATORIO DE FACTORES
CRÍTICOS DE ÉXITO DE MODELOS DE INNOVACIÓN SOCIAL Y
AMBIENTAL EN LA AGROINDUSTRIA DE COLOMBIA Y PERU**

**Tesis presentada como parte de los requerimientos para optar el grado de
Magíster en Administración de Agronegocios
por**

MARISELA VEGA ZULETA

Lima, 12 abril de 2017

RESUMEN EJECUTIVO

América Latina se enfrenta a grandes paradigmas asociados al desarrollo agrícola: por un lado, disminuir la pobreza en áreas rurales que representa una porción importante en nuestros países; y por otro lado, poner en valor el capital natural de la región con la mayor biodiversidad del planeta. Adicionalmente, se vive la era del cambio climático y la degradación ambiental, factores que inciden sobre la productividad agrícola y suponen nuevos retos de adaptación y responsabilidades de mitigación de impactos.

En este contexto, el enfoque de sostenibilidad ha venido cobrando importancia en los últimos años a partir de distintos frentes y presiones que se vienen generando desde varios ámbitos, como son: la incidencia política a partir de la creación y ratificación de convenciones internacionales y la creación de políticas públicas nacionales que favorecen la incorporación de criterios y prácticas más sostenibles; las nuevas tendencias de consumo que favorecen productos sanos y sostenibles; y las nuevas exigencias para la obtención de financiamiento, entre otros.

La presente investigación tuvo como objetivo identificar y analizar los factores críticos de éxito en empresas agroindustriales que generan innovación social y ambiental en Colombia y Perú. Se identificaron los modelos de innovación social y ambiental en la agroindustria, se determinaron las tendencias que influyen, y las prácticas sociales y ambientales más frecuentemente implementadas en los modelos agroindustriales, y se establecieron las causas que influyen sobre las empresas agroindustriales, para la incorporación de prácticas ambientales y sociales sostenibles.

Para ello, la investigación con alcance exploratorio y descriptivo contempló la recolección de información de fuentes secundarias, a partir de las cuales se desarrolló el marco conceptual del estudio, identificando los factores críticos de éxito mencionados según la bibliografía que deberían ser incorporados en la agroindustria del futuro. Posteriormente, se realizó la recolección de información primaria de una pequeña muestra por medio de entrevistas con cinco empresas líderes en innovación social y ambiental, la cual fue procesada con la ejecución del software Atlas TI5; y se incluyó además una validación de las conclusiones obtenidas de las empresas con seis expertos por medio del método Delphi y con dos rondas de consultas.

El análisis de los datos recogidos permitió identificar cinco factores críticos de éxito en tres niveles: a nivel del entorno macro, las tendencias/prácticas ambientales, asociadas con los efectos de cambio climático/degradación ambiental, y la correspondiente gestión de riesgos para hacer frente a dichos cambios; a nivel del sector industrial en el que compite la empresa, el acceso a nuevos mercados/ diferenciación, las certificaciones de sostenibilidad, y la responsabilidad social empresarial. Finalmente, en el ámbito empresarial propiamente dicho, es la convicción de la gerencia el factor determinante y diferenciador en empresas que realizan innovación ambiental y social.

El estudio permitió identificar modelos agroindustriales en Perú y Colombia, que incorporan criterios de sostenibilidad ambiental y social como aspecto de diferenciación, y que les proporciona atributos de competitividad en el sector industrial en que se desenvuelven, acorde con lo mencionado por las empresas. El sector industrial, influenciado por el entorno macro y la empresa misma, es el que más influye sobre las organizaciones para la adopción de nuevos cambios. Además, bajo esta lógica, el mercado es en definitiva el que determina las tendencias de producción de la agroindustria, mercado que prefiere los productos sanos y sostenibles.