UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES CACAOTEROS DEL DISTRITO DE ALEXANDER VON HUMBOLDT EN EL AÑO 2017"

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

VICENTA SILVIA CRISOSTOMO TRINIDAD

PUCALLPA – PERÚ

2020

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TITULOS

"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACION

Siendo las 11:00 am del día miércoles 08 de enero del 2020, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento de General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Julio Cesar Pastor Segura (Presidente), Dra. Leydi Perez Guimaraez (Miembro) y Mg. Manuel Rocha Gonzales (Miembro).**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"LA COMERCIALIZACION DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES CACAOTEROS DEL DISTRITO DE ALEXANDER VON HUMBOLDT EN EL AÑO 2017"**, por el/la Bachiller en Ciencias Administrativas: **Vicenta Silva Crisostomo Trinidad,** y teniendo en cuenta:

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
b) Aprobado por unanimidad y recomendación de publicación
c) Aprobado por mayoría
d) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

aprobado por mayoria

Siendo las 12:30 pm del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dr. Julio Cesar Pastor Segura
Presidente

Dra. Leydi Perez Guimaraez
Miembro

Mg. Manuel Rocha Gonzales
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali SECRETARIO PUCALLPA

Abog. Mg. Edgar Guizado Moscoso
Secretario Académico

ACTA DE APROBACIÓN

La presente Tesis fue aprobada por el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Dr. Julio César Pastor Segura

Presidente

Dra. Leydi Pérez Guimaraez

Miembro

Mg. Manuel Rocha Gonzales

Miembro

Mg. Tony Hilton Saavedra Murga

Asesor

Bach. Vicenta Silvia Crisóstomo Trinidad

Tesista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION INTELECTUAL

Constancia

N° 494

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

La Dirección General de Producción Intelectual, hace constar por la presente, que el Informe Final (Tesis), titulado:

COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES CACAOTEROS DEL DISTRITO DE ALEXANDER VON HUMBOLDT EN EL AÑO 2017

Cuyo autor (es)	:	**CRISOSTOMO TRINIDAD, VICENTA SILVIA**
Facultad	:	CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Escuela Profesional	:	ADMINISTRACIÓN
Asesor(a)	:	MG. SAAVEDRA MURGA, TONY HILTON.

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 10 %.**

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se FIRMA Y SELLA la presente constancia.

Fecha: 23/12/2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION INTELECTUAL
DRA. DINA PARIONISPE
Dirección Gral. Prod. Intel

REPOSITORIO DE TESIS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, VICENTA SILVIA CRISOSTOMO TRINIDAD
Autor de la TESIS titulada:
"LA COMERCIALIZACION DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES CACAOTEROS DEL DISTRITO DE ALEXANDER VON HUMBOLDT EN EL AÑO 2017".

Sustentada el año: 2020
Con la asesoría de: Mg. TONY HILTON SAAVEDRA HURGA
En la Facultad de: CIENCIAS ECÓNOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Carrera Profesional de: ADMINISTRACIÓN

Autorizo la publicación de mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali, bajo los siguiente términos:
Primero: otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en forma digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.
Segundo: declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas.
Tercero: autorizo la publicación,

- [x] Total (significa que todo el contenido de la tesis en PDF será compartido en el repositorio).
- [ ] Parcial (significa que solo la carátula, la dedicatoria y el resumen en PDF serán compartidos en el repositorio).

De mi TESIS de investigación en la página web del Repositorio Institucional de la UNU.
En señal de conformidad firma la presente autorización.

Fecha: 13 / 02 / 2020

Email: silviacrisostomotrinidad@gmail.com Firma:

Teléfono: 929829027 DNI: 45263165

DEDICATORIA

A Dios, por haberme brindado tantas oportunidades y la gran dicha de vivir, como también los recursos necesarios para poder formarme profesionalmente, y teniéndolo como apoyo incondicional para poder concluir mi carrera.

A mi querida madre que se encuentra en el cielo Eugenia Trinidad Ponce, por haberme apoyado en cada instante de mi vida, por sus consejos, sus valores, que fueron la motivación permanente para ser una persona de bien, pero sobre todo, por su amor, que fue la contribución y el impulso primordial para alcanzar mis metas y objetivos personales.

A mis queridas hermanas y sobrinos, que estuvieron conmigo en este recorrido, brindándome la energía necesaria para persistir en este logro y por haberme apoyado moralmente cuando más lo necesitaba.

A mis amigos y compañeros actuales y pasados, que no esperando nada a cambio han compartido conmigo sus conocimientos, alegrías y tristezas y, a todos aquellos que en el transcurso de estos 5 años se mantuvieron a mi lado, con su apoyo lograron que este sueño se haga realidad.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Ucayali, por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico con la finalidad de realizar una carrera profesional de calidad.

A la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, por otorgarme la oportunidad de realizar los estudios de Ciencias Administrativas.

A mis compañeros de estudios por estar en todo momento en clases recibiendo los conocimientos para culminar mis estudios de Administración.

A los jurados examinadores y a todas aquellas personas que me proporcionaron valiosos aportes, críticas constructivas, apoyo moral y material para materializar el presente estudio.

A los profesores quienes me enseñaron Administración: Dr. Limber Pinchi Fasanando y Dra. Leydi Pérez Guimaraez, a ellos por sus valiosos aportes durante los 5 años de enseñanza.

A mi asesor Mg. Econ. Tony Hilton Saavedra Murga, quien me asesoró y dedicó su valioso tiempo a este esfuerzo con preocupación de maestro para lograr mis objetivos.

RESUMEN

Este estudio se realizó buscando una respuesta para la interrogante que originó nuestro trabajo en el cual se analiza la incidencia de la comercialización sobre los ingresos de los productores de cacao del distrito de Alexander Von Humbolt. La presente investigación posee diseño no experimental, de corte transaccional o transversal y con un nivel descriptivo y correlacional. Se evaluaron las variables, "Comercialización" e "Ingresos del productor", por la cual se consideró como población al 100% de los productores del distrito, los que a diciembre del 2017 llegaban a 511, tomándose una muestra no probabilística de 22 productores, a los cuales se les aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas. El resultado se ha procesado mediante el programa de SPPS v. 20, teniendo como estadístico de prueba al coeficiente de correlación de Pearson. El resultado de la correlación arroja un coeficiente de Pearson igual a 0.421 lo que refleja que entre las variables existe una correlación moderada, lo cual permite que quede demostrada la hipótesis alternativa, por lo que se puede concluir que la Comercialización incide directamente en los Ingresos de los Productores de Cacao del distrito de Alexander Von Humboldt durante el año 2017.

Palabras claves: Comercialización, cacao, ingreso.

ABSTRACT

This study was conducted looking for an answer to the question that gave rise to our work in which the impact of marketing on the income of cocoa producers in the district of Alexander Von Humbolt is analyzed. This research has a non-experimental, transactional or cross-cutting design with a descriptive and correlational level. The variables, "Marketing" and "Producer Income", were evaluated, for which 100% of the district's producers were considered as a population, which as of December 2017 reached 511, taking a non-probabilistic sample of 22 producers, to which a structured questionnaire of 22 questions was applied. The result has been processed using the SPPS program v. 20, taking as a test statistic the Pearson correlation coefficient. The correlation resulting in a Pearson coefficient equal to 0.421 which reflects that there is a moderate correlation between the variables, allowing the alternative hypothesis to be demonstrated, so it can be concluded that Marketing affects income from Cacao Producers in the district of Alexander Von Humboldt during 2017.

Keywords: Commercialization, cacao, entry.

ÍNDICE

Pág.

DEDICATORIA……vi

AGRADECIMIENTO……..……..…..vii

RESUMEN……..……...viii

ABSTRACT……ix

ÍNDICE……x

ÍNDICE DE TABLAS…….…….xii

ÍNDICE DE FIGURAS……..……..…..xiv

INTRODUCCIÓN…….……...xvi

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN……...1

1.1. Descripción del Problema……....1

1.2. Formulación del Problema ……..6

1.2.1. Problema General ……....6

1.2.2. Problemas Específicos …….....6

1.3. Objetivos de la Investigación ……..……..7

1.3.1. Objetivo General …….…….7

1.3.2. Objetivos Específicos ……..7

1.4. Hipótesis y/o Sistema de Hipótesis……....7

1.4.1. Hipótesis General…….....7

1.4.2. Hipótesis Específicas……7

1.5. Variables …….....8

1.5.1. Variable Independiente.…….....8

1.5.2. Variable Dependiente.…….....8

1.6. Operacionalización de las Variables ……8

1.6. Justificación e Importancia ……..…….....9

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO ……10

2.1. Antecedentes……10

2.2. Plateamiento Teórico del Problema…….....17

2.3. Definiciones Conceptuales……....21

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO ……24

3.1. Tipo y Nivel de Investigación…….....24

3.2. Diseño y Esquema de la Investigación…….……24

3.3. Población y Muestra……26

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos……27

3.5. Procedimientos de Recolección de Datos……...28

3.6. Tratamiento de Datos……..28

3.7. Presentación de Datos……28

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN……30

4.1. Resultados de la Encuesta…….……30

4.2. Prueba de Hipótesis……52

4.3. Discusión de Resultados……57

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES…….....59

5.1. Conclusiones……...59

5.2. Recomendaciones……...60

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA……..61

ANEXOS…….……..67

ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Operacionalización de las variables…… 8

Tabla 2. Diseños transeccionales descriptivos…….... 25

Tabla 3. Diseños transeccionales correlaciónales- causales…… 26

Tabla 4. Número de encuestados por Caserío…… 27

Tabla 5. Cacaoteros encuestados según su edad…….. 31

Tabla 6. ¿Usted está conforme con el precio del cacao que ofrece el mercado?..... 32

Tabla 7. ¿Cuántos kilos de cacao vende al año?..... 33

Tabla 8. ¿A qué precio vende el kilo de cacao?..... 34

Tabla 9. ¿Considera usted que la calidad del cacao es fundamental para obtener un buen precio en el mercado?..... 35

Tabla 10. ¿Usted qué tipo de variedad vende su cacao?..... 36

Tabla 11. ¿Cuáles son los principales problemas de comercialización?..... 37

Tabla 12. ¿Usted está de acuerdo con vender su cacao en baba o seco?.. 38

Tabla 13. ¿De parte de quien ha recibido asesoría técnica?..... 39

Tabla 14. ¿Usted ha recibido asesoría técnica para mejorar la venta de su cacao, por parte del estado?..... 40

Tabla 15. ¿Con que medios de transporte sacan su cacao al mercado?..... 41

Tabla 16. ¿Considera que la carretera es la adecuada para transportar su producto?..... 42

Tabla 17. ¿Posee infraestructura adecuada para completar el ciclo de producción y comercialización del cacao?..... 43

Tabla 18. ¿Cómo seca el cacao?..... 44

Tabla 19. ¿Qué tipo de beneficios ha recibido por parte de los comerciantes (empresas)?..... 45

Tabla 20. ¿A quien vende su cacao?..... 46

Tabla 21. Cacaoteros encuestados, ¿según rango de ingreso por mes, en soles?..... 47

Tabla 22. ¿Qué mejoras hace usted con la venta de su cacao?..... 48

Tabla 23. ¿Usted ahorra su dinero de la venta de su cacao?..... 49

Tabla 24. ¿Usted recibe bonificaciones por la venta de su cacao?..... 50

Tabla 25. ¿Cuáles son las condiciones que los comerciantes imponen para comprar cacao?..... 51

Tabla 26. Escala de Correlación de Pearson…….. 53

Tabla 27. Correlación entre la comercialización y los ingresos del productor……. 54

Tabla 28. Relación entre el transporte y el ingreso del productor…….. 55

Tabla 29. Relación entre la venta de cacao y los ingresos del productor….. 56

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Cacaoteros encuestados según género…….. 30

Figura 2. Cacaoteros encuestados según su edad…… 31

Figura 3. ¿Usted está conforme con el precio del cacao que ofrece el mercado?..... 32

Figura 4. ¿Cuántos kilos de cacao vende al año?..... 33

Figura 5. ¿A qué precio vende el kilo de cacao?..... 34

Figura 6. ¿Considera usted que la calidad del cacao es fundamental para obtener un buen precio en el mercado?..... 35

Figura 7. ¿Usted qué tipo de variedad vende su cacao?..... 36

Figura 8. ¿Cuáles son los principales problemas de comercialización?..... 37

Figura 9. ¿Usted está de acuerdo con vender su cacao en baba o seco?.. 38

Figura 10. ¿De parte de quien ha recibido asesoría técnica?..... 39

Figura 11. ¿Usted ha recibido asesoría técnica para mejorar la venta de su cacao, por parte del estado?..... 40

Figura 12. ¿Con que medios de transporte sacan su cacao al mercado?... 41

Figura 13. ¿Considera que la carretera es la adecuada para transportar su producto?..... 42

Figura 14. ¿Posee infraestructura adecuada para completar el ciclo de producción y comercialización del cacao?..... 43

Figura 15. ¿Cómo seca el cacao?..... 44

Figura 16. ¿Qué tipo de beneficios ha recibido por parte de los comerciantes (empresas)?..... 45

Figura 17. ¿A quien vende su cacao?..... 46

Figura 18. Cacaoteros encuestados, ¿según rango de ingreso por mes, en soles?..... 47

Figura 19. ¿Qué mejoras hace usted con la venta de su cacao?..... 48

Figura 20. ¿Usted ahorra su dinero de la venta de su cacao?..... 49

Figura 21. ¿Usted recibe bonificaciones por la venta de su cacao?..... 50

Figura 22. ¿Cuáles son las condiciones que los comerciantes imponen para comprar cacao?..... 51

INTRODUCCIÓN

El cacao es un árbol tropical procedente de América, la civilización Maya lo consideraba un obsequio de los dioses y los aztecas lo empleaban como moneda. A partir de la conquista española, la cultivación del grano se extendió a Venezuela, Ecuador, Perú y el Caribe. Por consiguiente, en el siglo XVI la demanda del chocolate caliente se expandió entre las cortes europeas y después de un siglo los procedimientos mecanizados de tostado y molienda del cacao permitieron producir masivamente el chocolate.

Ante la mayor acogida de parte de los agricultores en el departamento de Ucayali, trajo consigo beneficios sociales y económicos, accediendo a la población de zonas ex cocaleras, tomadas por el narcotráfico y actividades ilegales, apuestan hoy en día por un estilo de vida lícito para asegurar la paz y tranquilidad para sus familias mejorando sus condiciones o estilo de vida. Teniendo el cacao como un cultivo natural, pues al desarrollarse bajo los procedimientos agroforestales se logra recuperar áreas degradas y al utilizar abono orgánico evita la contaminación del suelo, agua y del ser humano. De esta manera al tener un suelo libre de químicos y contaminación, permite al agricultor obtener mayor productividad en sus cultivos que conlleva a crecer sus ingresos.

Actualmente recién creado, el distrito de Alexander Von Humboldt de la provincia de Padre Abad, departamento de Ucayali se desconoce si la distribución de la venta del cacao incide en los ingresos de los productores del distrito de Alexander Von Humboldt, y para dar respuesta a esta incógnita se ha realizado el presente trabajo de investigación, desarrollado de acuerdo al detalle de la siguiente estructura:

Capítulo I: Problema de la Investigación, describe el problema a través del proceso deductivo, descripción y formulación del problema, objetivos, hipótesis general y objetivos específicos, variables, justificación e importancia.

Capitulo II: Marco Teórico, presenta los antecedentes investigativos, bases teóricas, definiciones conceptuales.

Capitulo III: Marco Metodológico, presenta, el tipo, diseño y esquema de investigación, además de la población y muestra, técnicas de recolección de datos, procesamiento y presentación de datos.

Capitulo IV: Resultados y Discusión, presenta los resultados de la encuesta de campo con aplicación estadística, la prueba de la hipótesis general y de las específicas. Se acompaña la discusión de resultados que es la contrastación de lo obtenido en el trabajo de campo con los antecedentes y referentes de la bibliografía.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones, se presentan 3 conclusiones, acordes con el número de objetivos planteados en la investigación. La primera referida a la incidencia entre variables (Precio del cacao - Ingresos) en el año 2017. Posteriormente siguen las recomendaciones; que figura una cuantía de tres, donde se efectuó la propuesta de políticas, tácticas y medidas de acciones a tomar por las entidades o instituciones (públicas o privadas), como parte de la solución de la dificultad que se investigó.

Finalmente se presenta la referencia bibliográfica y anexos correspondientes de la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El Perú está clasificado según el Convenio Internacional del Cacao 2010 de la ICCO, como el segundo país productor y exportador de la materia prima después de Ecuador, es por esta explicación que, desde hace mucho tiempo, las compañías chocolateras a nivel mundial visitan el país con el propósito de realizar términos de convenios directamente con los productores y así impulsar la adquisición del chocolate y productos derivados del mismo buscando incrementar la demanda, entre otras cosas mediante la intervención del fomento de los atributos positivos del cacao, y beneficios para la salubridad de las personas, como también formar acuerdos o convenios estratégicos con entidades o sectores privados.

El Perú tiene una diversidad de cultivos, que están registradas más de 73 variedades (60% del total) se ha incluido la variedad CCN-51, para averiguar un incremento en el beneficio marco de sustitución de plantación de la hoja de coca (En el 2016 hay 120 mil ha), en los posteriores años el requerimiento de cacao ha sido extraordinario a la oferta internacional. La demanda de cacao para su consumición como chocolate u otro derivado, va tender a elitizarse, encaminando solo hacia algunos nichos de mercado, aproximadamente el 44% de la producción representa cacao de alta calidad (Criollo+Nativo) y el 56% de la producción es cacao ordinario o colectivo (CCN-51+Forastero). Un asunto que ha desarrollado la perceptibilidad del producto peruano en el exterior es el apego por la diversidad de cacao nativas; así como ha crecido enormemente de los platos gourmet del Perú

y la innovación del sector como parte de una táctica de impulsar el país, consideradamente identificado por su biodiversidad.

La productividad nacional de cacao ha desarrollado considerablemente durante los últimos años. Así, manifestado con el aviso informático del Ministerio de Agricultura y Riego, el volumen producido de este fruto en el Perú ha crecido el triple en los últimos quince años. Los derivados que se pueden obtener del cacao son grano, licor o pasta, torta y manteca, como también insumos destinados a la industria del chocolate y dulcerías. En el Perú, la adquisición de grano ha cobrado una importante significación y se ha vuelto en los años anteriores un producto con crecimiento en su exportación tanto del cacao en grano como de sus derivados. “En cuanto a la producción industrial, el último censo de las empresas manufactureras, identificó 128 entidades dedicadas a elaborar chocolates y productos de confitería, la gran parte de ellas ubicadas en Lima, Ica y Cusco. En una inferior proporción, se localizaron también entidades del mismo rubro en Arequipa, Lambayeque, La Libertad, San Martín, Piura, Cajamarca y Tacna”. (Mori, 2019)

La producción del cacao ha tenido un aumento importante de hasta el 170% durante los últimos cuarenta años, dando inicio con una producción de 1.543.448 toneladas en 1970 a producir 4.187.587 toneladas en el 2010, mostrando un crecimiento absoluto de 2.644.139 Tm (tonelada métrica). Se estudia una propensión creciente de la actividad de la producción. Este progreso se ve demostrado a partir de 1990 en donde aumento la cantidad de hectáreas sembradas que fueron 5.711.337 ha con una productividad universal de 443 kg de cacao por ha o 0.433 t. “Entre

1990 y el 2010 la cuantía de ha cosechadas a nivel global se elevó en un 67%, alcanzando un superior rendimiento en 1996 con 512 kg de grano por hectárea cosechada". (Campo y Herrera, 2012)

En el entorno nacional el cacao producido corresponde a la diversidad forastero, designación al exterior que, a disimilitud de otros países producidos, éste posee una particularidad por su sabor y aroma, el cual representa una variedad autónoma y que se cultiva desde inicios del siglo XVIII. Se conoce también que en Ecuador hay alrededor de 433.000 ha con sembríos de este fruto, lo que representa el 90% del total de su producción; tienen 20.000 ha de cacao especial certificados como orgánico promoviendo negocios equitativos e imparciales, y sobre todo con un elevado potencial de crecimiento de la oferta a 200.000 t por año. En el 2009 se realizaron exportaciones de 130.737 t de grano de cacao y 19.966 t como semielaborado en forma de pasta, licor y manteca, permitiendo generar US$ 394`814.627 para el país. (MAGAP, 2010)

En la región Ucayali la cantidad de hectáreas promedio que maneja un agricultor es de 3 a 5 has, con un rendimiento aproximado de 800 kg/ha, el precio del cacao grano seco oscila entre S/. 5,00 y 7,60 soles el kilo dependiendo si el convencional u orgánico. El costo de instalación de 01 ha de cacao esta alrededor de S/. 5,000 a 7,000 soles, el costo de mantenimiento de 1 ha/año está alrededor de S/. 2,300 soles, el cacao produce comercialmente a los 3.5 – 4.0 años. La capacidad productiva de la región Ucayali es de 3748 t por año, el 80% de esta adquisición de la misma se distribuye en grano y tan solo el 20% es designado a las pequeñas y medianas industrias, las ventas se realizan en los centros de

acopio de las Empresas, cooperativas y/o Asociaciones. Debido al escaso avance tecnológico-productivo, restricciones al acceso de crédito, la desorganización entre los gremios productores, entre otros, no se ha procedido a mejorar las técnicas de comercialización de forma tecnificada que permita mejorar las ganancias de los agricultores.

La región Ucayali tiene alrededor de 20,000 ha de cacao en diversas variedades que ya fueron sembradas y 10,000 ha de estas ya se hallan en producción, generando un avance y mejora en las provincias, en ese sentido **(**11,484 ha se han sembrado en la provincia de Padre Abad, 6,523, en Coronel Portillo, 2,981 ha en Atalaya y las demás en Purús), con una totalidad de 2,904 t, en producción en toda la región, teniendo una cuantiosa producción en Padre Abad. Además, reitero en el ingreso del cacao fino, que hoy en día tiene un alto precio de venta como también tiene una enorme acogida en la demanda en el exterior, además detalló que el kilo de este fruto sin procesar puede valer entre 8 y 9 soles, mientras que el aroma fino tiene un precio de 11 soles. Para el 2016 se tiene proyectado instalar 9,000 ha de cacao de alta calidad, aumentando de este modo la tontería agrícola, Asimismo sostuvo que “el cacao ha creado una gran conformidad y bienestar ya que muchas zonas de la región se dedicaban a actividades ilícitas como el cultivo de coca, y a la vez han realizado un cambio radical, es decir a la producción cacaotera”. (Álvarez, 2016)

El distrito de Alexander Von Humboldt, fue fundado por medio de la Ley N° 30310 fechada el 16 de marzo del 2015, en el mandato del ex Presidente Ollanta Humala. “Hace conmemoración en su nombre al naturalista, explorador, geógrafo, astrónomo y humanista alemán

Alexander Von Humboldt. Se encuentra ubicado a solo 1h:10 minutos de la ciudad de Pucallpa, conforma uno de los cinco de la provincia de Padre Abad del departamento de Ucayali, bajo la supervisión y el control del Gobierno Regional de Ucayali en el Perú". (Wikipedia, 2015)

Actualmente, el mencionado distrito, tiene muchos productores que se dedican al cultivo de la tierra, es decir a productos agrarios y a la comercialización, especialmente en el cacao convirtiéndose en un obstáculo central, especialmente obteniendo los intermediarios los mayores niveles de utilidad frente a los campesinos, sin intervenir en forma directa en el procedimiento de cultivo, cuidados y recolección de las cosechas. Se tiene la certeza de la necesidad de crear una comunidad en conjunto con la finalidad de reunir y distribuir sus productos agrícolas especialmente cacao seco, estructurar es una alternativa realizable en la bonanza del distrito. Actualmente el cacao seco se comercializa a diversos consumidores por un precio que es injusto para el productor, además los seguros de ejecución no son efectivas esto hace que quien tenga efectivo paga al precio que quiere, además las vías de acceso imposibilitan sacar el producto. Las principales dificultades que enfrentan los miembros de productores de cacao son:

- Deficiente comercialización.
- Falta de un lugar de acopio.
- Transporte.
- Desrealización de un proceso administrativo contable.
- Déficit de control en el pesaje.

La escasez de un lugar de acopio conlleva a impedimentos o dificultad internos tanto para la inspección de calidad, como para la aportación de los productores en la cuantía de productos a comercializar, la irrealidad de un sistema administrativo no posibilita adecuar los controles necesarios, los procedimientos contable están expuestos a múltiples fallas por falta de capacitación, concientización, lo que buscamos es demostrar si a través de una asociación es rentable y viable tener mayor poder de comercialización y así poder tener mayores ingresos de los esperado.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

- ¿En qué medida la comercialización del cacao incide en los ingresos de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿En qué medida inciden los medios de transporte en los ingresos del productor cacaotero en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017?

- ¿En qué medida incide el volumen de venta de cacao en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

- Determinar en qué medida la comercialización del cacao incide en los ingresos de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar en qué medida inciden los medios de transporte en los ingresos del productor cacaotero en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

- Determinar en qué medida incide el volumen de venta de cacao en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

1.4. HIPÓTESIS Y/O SISTEMA DE HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis General

- La comercialización del cacao incide directamente sobre los ingresos de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- Los medios de transporte inciden significativamente sobre los

ingresos de los productores cacaoteros en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

- El volumen de venta de cacao incide positivamente en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

1.5. VARIABLES

1.5.1. Variable Independiente

- VI: Comercialización del cacao.

1.5.2. Variable Dependiente

- VD: Ingresos del productor cacaotero.

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
VI. COMERCIALIZACIÓN DE CACAO	Precio	Proceso comercialización (seco o en baba)
		Manejo agronómico (Variedad de cacao)
	Medios de transporte	Motokar, furgón y camión
	Volumen de venta	Toneladas vendidas mensualmente
VD INGRESOS DEL PRODUCTOR CACAOTERO	Ingreso por la venta del cacao	Cantidad de Producción/Precio
	Bonificaciones	Bonificaciones por navidad, Reintegros

1.7. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación ha sido favorable llevar a cabo por la accesibilidad de los habitantes en conjunto de estudio, teniendo así facilidad y viabilidad social, de igual modo dichos resultados contribuyen de una forma significativa en información sobre fundamentos de aprendizaje y la problemática. Esta investigación tiene una importancia social ya que es un problema que involucra a todos los productores del distrito de Alexander Von Humboldt, para conocer la repercusión de la comercialización en la escala de ingresos de los productores cacaoteros.

Asimismo, los resultados obtenidos mediante los estudios realizados tendrían varias implicaciones prácticas ya que, a partir de ello, se podrían plantear políticas de progreso o avance económico en el distrito, de parte de algunas empresas públicas y/o privadas, además esta investigación beneficiará a todos los productores cacaoteros para la toma de decisiones acertadas, las mismas que apoyen el progreso y bienestar de las condiciones de vida de nuestra población.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1. A Nivel Internacional

Quintero (2015), en su tesis doctoral titulada *Productos básicos agrícolas y desarrollo: producción y comercialización de cacao en Venezuela*, concluye: Que los principales problemas vinculados con la comercialización del cacao, se puede resaltar la viabilidad agrícola y carreteras en mal estado de los flujos físicos de manera eficiente; una inadecuada infraestructura de apoyo a la comercialización y deficientes servicios de almacenes, puertos y aeropuertos; clasificación ausente o inadecuada de los granos de la materia prima que conlleva lotes comercializados heterogéneos, especialmente en el mercado interno, en cuanto a tamaño, peso, variedad, color, grado de maduración, entre otros; problemas de imagen de baja calidad, asociada con el país; falta de conocimientos en embalaje y altos costes de fletes, almacenamiento poco óptimo debido al limitado registro de las variables técnicas como temperatura, grado de humedad relativa, tiempo de almacenamiento, entre otras.

Hernández y Román (2014) en su investigación titulada: *Análisis del nivel de producción del cacao y su influencia en el estatus de vida de los pequeños productores del recinto Venecia de Chimbote de la parroquia Roberto Astudillo (milagro*)**,** concluye: Que la adquisición de este fruto está

tomando auge en nuestro país, sus cosechas se están elevando cada vez más como resultado de la demanda incremental en mercados nacionales e internacionales; sin embargo, cuando los productores son pequeños, como es este caso los de la zona del Recinto Venecia de Chimbo, situado en la provincia del Guayas, Cantón Milagro, se enfrentan inconvenientes, especialmente relacionados con la comercialización, factor que lleva a conseguir ingresos mínimos y que no permiten un estatus de vida basado en el buen vivir.

Gordon (2010) en su tesis titulada: *Industrialización y Comercialización de Cacao en el Canton Manta Provincia de Manabi*, concluye: Que el cacao en Ecuador ha sido por tradición uno de los productos agrícolas más significativos, de tal forma en nuestro proyecto nos enfocaremos al comercio e industrialización por considerarse un mercado atractivo, luego de realizar los análisis necesarios podemos concluir que este tipo de actividad en Ecuador a más de generar una rentabilidad importante para los inversionistas complementará con puestos de trabajo para los agricultores y además esta incentiva el desarrollo del Ecuador ya que dicho país ha sido a lo largo de su historia, un país agrícola.

Ullauri (2015) en su tesis titulada: *Análisis del sistema de comercialización del cacao y su incidencia en los ingresos del productor*, concluye: Que el productor prefiere comercializar el cacao en fresco, el mismo que lo realizan en corto tiempo y sin originar grandes costos de post cosecha. Sin embargo, para el mercante es rentable adquirir el cacao en seco pues, no está dispuesto a asumir los costos de fermentación y secado, además condiciones de infraestructura de las fincas se organizan

en mal estado y no ofrece las facilidades para finalizar con el proceso, casi todos los productores venden el cacao en fresco.

Gurumendi (2018) en su tesis titulada: *La producción y comercialización de cacao con valor agregado en el Cantón Vinces, provincia de Los Ríos y su incidencia en la matriz productiva del Ecuador. Periodo 2011 – 2016*, concluye: Que las Instituciones públicas como la SENPLADES y el MIPRO deben ejecutar capacitaciones a los productores de pequeña y mediana escala situados en el Cantón Vinces. Referente al procedimiento que deben seguir para comercializar su producción en el mercado extranjero; pues por falta de conocimiento las empresas de chocolate y demás derivados de cacao radicadas en este cantón no han tenido la oportunidad de promocionar sus productos al exterior.

2.1.2. A Nivel Nacional

López & Quispe (2014) en su investigación titulada: *Propuesta de un modelo de asociación de pequeños productores cacaoteros en el distrito Nuevo Progreso, provincia de Tocache, departamento de San Martín*. Concluye: que la educación actual de los productores es deficiente, lo cual repercute en sus ingresos, capacidad para desarrollar gestiones, y el manejo de negociaciones, que los ingresos percibidos por los pequeños productores en gran porcentaje están por debajo del salario mínimo vital y que actualmente la mayoría de productores están produciendo cacao de una manera tradicional que fueron aprendidos por sus progenitores o familiares, pero existe un pequeño porcentaje de productores que están

llevando un control apropiado de cultivo, empleando abonos y utilizando tecnología adecuada.

Toscano (2017) en su tesis titulada: *Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos – Ecuador*, concluye: Que Las indagaciones efectuadas realizadas mediante las encuesta sobre el tema revelan un entramado de posturas donde son reconocibles las incongruencias praxiológicas existentes para la puesta en escena de los postulados y directrices que norman el Comercio equitativo en la disminución del nivel de pobreza que afecta a los pequeños productores de cacao, algunas de orden objetivo y otras del ámbito subjetivo. No obstante, a estas se ha podido corroborar que los precios mínimos y la prima de desarrollo han permitido que los productores tengan progresivas mejorías en sus entradas de dinero los agricultores que se dedican a producir cacao dentro de la provincia de Los Ríos.

Loayza (2014) en su tesis titulada: *Influencia de la frecuencia de remoción, durante la fermentación, en la calidad sensorial del cacao (Theobroma cacao, L.) de Satipo*, concluye: Que la condición del grano seco; determinada por el índice de fermentación, el porcentaje de grasa, porcentaje de acidez total y pH final de la testa y cotiledón; también muestran una directa relación con el modelo de tratamiento.

Núñez (2017) en su tesis titulada: *Automatización de los procesos de secado y selección del cacao ecuatoriano conservando las características sensoriales y previniendo riesgos laborales*, concluye: Que partiendo de las evidencias presentadas, si se puede automatizar el

proceso de secado del cacao ecuatoriano sin alterar las características sensoriales con una secadora automática de diseño circular, equipadas con dos brazos mecánicos a 1.2 RPM, temperatura constante de 52±3 °C y empleando el GLP como combustible para el intercambiador de calor, además al seleccionador el cacao se debe usar el principio de los pesos específicos para la separación de los materiales no deseados, en su diseño y elaboración deben estar equipadas con los tres sistemas (zarandeo semielíptico o zic-zac, ventilación, suspensión y regulación) y que los riesgos laborales críticos, altos y medios en la transformación de secado y la clasificación de manera manual pueden ser prevenidos usando una máquina que sea secadora y a la vez seleccionadora automática y que contenga elementos técnicos seguros.

Pinto (2019) en su tesis titulada: *La gestión de las microempresas del cacao y sus efectos en el comportamiento de las exportaciones en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchillas – Ecuador*, concluye: Que la gestión de los microempresarios se determina por una operación individual o limitada a pocos miembros de la familia cacaotero, con una baja tecnificación y sustentada en el entendimiento y experiencia del agricultor, con una utilización casi nula de documentos o registros, como de prácticas de planificación; no obstante, parte del problema reside en el poco apoyo recibido por los gobiernos de turno y un limitado apoyo técnico, o en una inadecuada transferencia del conocimiento, además las principales causas que afectan el desempeño de la oferta exportable de cacao se remiten a una gestión poco técnica, que impide alcanzar los estándares de calidad y requisitos mínimos de exportación en los productos, limitando su acceso

al mercado; a esto debe sumarse que la capacidad de producir cacao fino es insuficiente en la provincia, siendo este el que ofrece mayor demanda a nivel internacional.

2.1.3. A Nivel Regional

Guillermo (2018) en su tesis titulada: *Evaluación económica de dos sistemas de manejo en la productividad y rentabilidad del cultivo de cacao (Theobroma cacao L.), en la provincia de Coronel Portillo y Padre Abad - Región Ucayali - 2015*, concluye: Que la productividad promedio del cultivo de cacao disminuyó su procedimiento de uso inorgánico es mayor al del orgánico, con 876.59 Kg/ha, frente a los 698.36 Kg/ha, en cuanto a los costos para producir disminuyeron, el procedimiento del manejo orgánico es mayor que los del procedimiento de manejo inorgánico, con S/ 28,582.00 frente a los S/ 24,778.00 y la alta productividad de cultivar cacao inorgánico frente al orgánico es una de las razones por la que se opta por este sistema de manejo de producción.

Herrera y Cuzcano (2018) en su tesis titulada: *Mercado potencial del chocolate orgánico en la ciudad de Pucallpa – Región Ucayali*, concluye: que la demanda potencial, supera 10,000 barras de chocolate anualmente en las diferentes presentaciones, lo que provoca un déficit promedio de aproximadamente 30 a 40%, con respecto a barras, por lo que las inversiones en este rubro económico, estaría dispuesto aportar un porcentaje significativo de este déficit existente en los próximos años y que la gran mayoría de consumidores, traducidos en porcentaje - %, no conoce la existencia de un mercado nacional y local de chocolate orgánico, esto se

debe a poca publicidad y presentación del producto en los establecimientos.

Arbildo y Robles (2018) en su tesis titulada: *Aporte económico de la producción agrícola de cacao en el departamento de Ucayali 2000 - 2015*, Concluye: que en Ucayali, la evolución de la producción agrícola del cacao durante el periodo de estudio (2000-2016), presenta un incremento muy significativo, sobre todo en los últimos años, habiéndose desarrollado en etapas muy definidas: de recesión entre los años 2000-2003; de recuperación entre los años 2004-2010; de crecimiento moderado entre los años 2011-2014; y de crecimiento acelerado en los años 2015 y 2016 y que lo aportado económicamente por la producción agrícola del cacao ha sido significativo para la economía de la región Ucayali durante el periodo 2011-2016, principalmente en el último año 2016 con un aporte de 0.49% ha superado al aporte de la ocupación económica de Pesca y Acuicultura que tuvo un 0.46%.

Vicente (2018) en su tesis titulada: *Factores que determinan la rentabilidad del cultivo de cacao en el distrito de Irazola*, concluye: Que el costo de producción tiene una correlación inversa con la rentabilidad. Donde los costos para producir de los agricultores productores de cacao del distrito de Irazola, varían de S/ 1 050 a S/ 3 937, por ha; sin embargo, para la gran parte de los agricultores el costo anual por ha oscila entre S/ 1 501 y S/ 2 500, alcanzando el 49% del total. Si bien sabemos que si los costos de producción son elevados se hace cada vez más difícil enriquecer la utilidad e incrementar moderadamente la rentabilidad; tal situación, sin duda es responsabilidad exclusiva del agricultor. Ante esta

posición, los productores agrícolas tendrán que buscar la forma de parar la subida de los costos.

Bartra y Crisóstomo (2017) en su tesis titulada: *Influencia de la producción del cacao en el nivel de vida de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el periodo 2012-2016*, concluye: Que hay una fuerte contención de la producción sobre el cambio en la mejoría vida de los productores cacaoteros. Empleando la prueba estadística de reciprocidad de Pearson que fija un valor de correlación positiva moderada 0.62 y que el efecto del rendimiento de la producción es un factor muy primordial para generar mayor ingreso y así mejorar sus condiciones de vivencia del día a día de los productores.

2.2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO DEL PROBLEMA

2.2.1. Variable 1: Comercialización de cacao

La teoría del procedimiento provee el marco analítico propicio para poder contextualizar la actividad del comercio, considerando el concepto que define Hernández (2014), quien considera que “un procedimiento es una mezcla de componentes con cualidades y características que componen un todo, vinculados a la vez entre sí en un contexto común a ellos, del cual se consigue determinadas entradas de alimentación y establecen salidas”. (p.97)

Los productos o servicios adquiridos por la entidad, bien sea mediante producción propia o adquisición, se dirigen hacia un mercadillo donde estos bienes serán designados a sus futuros consumidores. “Esta

actividad, que inicia en el proceso productivo y que llega hasta el consumidor, es denominada como sistema de comercialización o sistema de marketing". (Bueno, 1989)

El sistema de Marketing se ocupa tanto de averiguar y estudiar las oportunidades de mercado, como de contribuir un plan de actuación dirigida a establecer los elementos necesarios para que sus oportunidades sean la ejecución de sus objetivos comerciales, de la misma forma un procedimiento de comercio de la entidad está enfocada a planificar, promover, fijar precios y distribuir productos y/o servicios que puedan satisfacer las necesidades de los compradores o clientes potenciales teniendo como objetivos principales incrementar la rentabilidad, la cuota del mercadillo y el aumento de la cantidad de venta. En términos generales, un procedimiento de comercio debe tomar en cuenta un conglomerado de aspectos los cuales se vinculan a continuación: El entorno del mercadillo que recolecta los elementos externos que afectan a la demanda global, como son: incremento demográfico, renta por habitante, demanda de bienes complementarios, objetivos y habilidades de las entidades competidoras que perjudican la reacción de las ventas frente a las intervenciones comerciales de la entidad, decisiones operativas de la organización referente al uso de diversas variables tales como: precio, producto, publicidad y distribución. El modelo explicativo de la actuación del comprador que acopia, muestra la influencia que poseen en las ventas las alteraciones de dichos elementos (entorno, competencia y decisiones estratégicas y tácticas) y contrasta con el modelo explicativo centrado en los objetivos de la entidad y en la incidencia de los mismos en las ventas y

costos previstos. Estos elementos se incorporan en la comprensión del mercado y sus respuestas ante los distintos estímulos comerciales que podrían o no estar controlados por la organización y configurados dentro de un plan comercial que se componen las diversas decisiones de nivel estratégico y táctico que podría optar la entidad de tal forma que promuevan la consecución de sus objetivos. (Bueno, 1989)

2.2.1.1. Estándares de comercialización

La calidad del cacao es un componente de mucha importancia, el estándar internacional para el caso del cacao requiere que esté en proceso de fermentación, secado con un valor límite para la humedad de 7,5%, sin la presencia de insectos, granos partidos, fragmentos o pedazos de cáscaras, sin olores extraños y sin indicios de adulteración alguna para que sea considerado de calidad y comercializable. Adicionalmente, el cacao debe presentar tamaño uniforme.

En el ámbito internacional los estándares con los cuales se contrasta el cacao son los que se localizan en el proveniente de Ghana. Se clasifica tomando como base de la cantidad granos defectuosos en una prueba de corte. “Aquellos granos en mal estado no deben superar los límites pues se clasifican en Grado I y Grado II, con diferentes tipos de grano que van con un máximo de 3% en mohosos, pizarrosos o afectado por insectos”. (Ramírez, 2006)

Los demandantes verifican la calidad de los granos a través de un corte a diversos granos para comprobar si están debidamente fermentados, coloreados de púrpura en la parte central que indica una fermentación

inconclusa. Si la cosecha fue satisfactoria y cumple con el debido procedimiento de fermentación y secado, el productor recibirá el precio corriente del mercado. Los precios de mercado no solo dependen del nivel de disponibilidad del fruto a nivel internacional y lo exitosas que fueron las cosechas en ciertos países, sino además de un conjunto de factores económicos por todo el mundo. “La industria ha integrado el intercambio de cacao de forma semejante en las bolsas de valores en ciudades como Nueva York, Londres, Hamburgo y Amsterdam”. (Camargo, 2002)

2.2.2. Variable 2: Ingreso del Productor

Según el Instituto Peruano de Economía - IPE (2017) “El ingreso de un hogar o de los ciudadanos viene a ser lo que en la ciencia económica se denomina restricción presupuestaria. En palabras simples, el ingreso es el presupuesto o monto máximo que limita las decisiones de consumo y ahorro”. En este contexto, el hecho que un agente incremente las entradas de dinero influye directamente para que se cuente con una mayor libertad en el consumo de bienes y, de esta forma, aumentar su bienestar. De la misma manera, las posibilidades de ahorro e inversión incrementa con lo que se aumenta la posibilidad de alcanzar mayores ingresos en el futuro. En el Perú, se observa un importante incremento en el ingreso de los hogares en los últimos 9 años. Y, en oposición a lo que se suele pensar, las regiones con menores ingresos presentan los mayores incrementos de ingresos.

De acuerdo a Freire (2009), “la oferta, viene a ser la cuantía de producto que los productores ofrecen o desean vender, es el cacao que

producimos localmente más lo producido en el resto del mundo. Mientras que la demanda, representa la cantidad que la industria del chocolate quiere o necesita comprar" (p.99). Como ya se detalló, la cantidad requerida de cacao por parte de las industrias y consumidores es mayor a la que se produce. Entonces se tiene fundamentada la posibilidad de producir más. Hemos de recordar que los precios dependen de la interacción entre la oferta y la demanda. En temporada de cosecha todos los productores tienen gran cantidad de cacao, por lo que el precio tiende a disminuir, ya que como existe gran disponibilidad, en caso no se venda rápido, es posible que a los compradores se les acabe el dinero o que se aminore aún más el precio.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- **Cacao: "**Fruta originaria del trópico y que es el componente principal del chocolate; son sus semillas las que se emplean en la fabricación de esta golosina, extrayendo la crema de esta semilla logran producirse derivados como la pasta de cacao, que es una materia sólida y la manteca, que es material graso". (Dani, 2013)

- **Comercialización: "**Es cuando se realiza el intercambio y se efectúa cuando alguna persona desea obtener un determinado producto y a cambio entrega cierta suma de dinero. Es una secuencia de actividades que en ciertos casos podrían tener un engorroso procedimiento, dependiendo de los volúmenes transados". (García, 2017)

- **Canales de distribución:** Son líneas, por medio de las que se realiza la función de distribución, y se les llama intermediarios a los distintos componentes principales del canal. Estos canales de distribución vienen a ser como las arterias por las que circulan los productos, empezando del fabricante o industria y terminando en el consumidor final. “Esas vías se integran de entidades o entes independientes de los fabricantes que comercializan, o ayudan a ofertar los productos fabricados, sirviendo a la entidad que produce a tener la disposición de los mercados”. (Rivera y Garcillán, 2002)

- **Exportación: “**Es un grupo de bienes y/o servicios cuyo destino es ser comercializados desde un país hacia otros países. Desempeña un rol muy importante en la economía de los países así como las importaciones”. (García, 2017)

- **Precio:** Es la cuantía de dinero recibida o recaudada a cambio de un producto o servicio. “En términos amplios, el precio es la sumatoria de los valores que los consumidores brindan a cambio de los beneficios de poseer o usar el producto o servicio”. (Hilip y Gary, 2017)

- **Ingreso:** E**s** el aumento de los recursos económicos, no se debe a recientes aportes de los socios, sino que deben salir de su actividad, de prestar servicios o también por venta de los bienes. “Los ingresos provocan el incremento del patrimonio empresarial, ya que por una parte puede incrementar el activo de una entidad, y por

otra parte disminuir el pasivo y también los compromisos que existen". (Banda, 2016)

- **Asociatividad:** Proviene de la definición de asociar del latín asociare y que significa, juntar una persona con otra persona que apoye con la función de algún trabajo, comisión o encargo. "Es un mecanismo para que las empresas pequeñas y medianas cooperen entre sí y afronten el proceso de globalización, donde, cada entidad decide voluntariamente colaborar en un esfuerzo conglomerado con otros participantes para seguir un objetivo en común conservando su autonomía jurídica e independencia gerencial". (Padilla, 2013)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tuvo un diseño no experimental, que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) consiste en "observar los hechos tal como se dan en su entorno natural, para analizarlos" (p.152). Las variables independientes no se manipularon, sólo sucedieron y no se tuvo un dominio directo sobre ellas ni fue posible intervenirlas debido a que ya sucedieron, lo mismo que sus efectos. Según lo expresado anteriormente se procedió a registrar los datos para posteriormente ser procesados sin manipulación alguna de estos, solo se observó, describió y se analizó la posible relación de las variables de estudio.

El nivel del estudio fue correlacional, porque se realizó el estudio de las variables de manera simultánea en un determinado momento habiéndose analizado si existe influencia de la variable independiente, sobre la variable dependiente.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Diseño: Transeccional o trasversal

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) "Su intención es describir variables y estudiar su incidencia e interrelación en una situación dada. A su vez, los diseños Transeccionales se dividen en tres: exploratorios, descriptivos, y correlacionales – causales". (p.154)

Para esta investigación se utilizó lo siguiente:

Transeccionales descriptivos: "Tuvo como finalidad identificar las propiedades o características más relevantes de una o más variables contextualizadas para una misma población. La técnica se basó en situar en distintas variables a un grupo de individuos u otros seres vivos, objetos, acciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc. y realizar su descripción, son, por tanto, investigaciones puramente descriptivas y el uso de hipótesis es opcional". (Hernández et al., 2014)

Tabla 2. Diseños transeccionales descriptivos

DESCRIPTIVO	
Se recolectan datos y se describen categorías, conceptos, variables	(X1)
Se recolectan datos y se describen categorías, conceptos, variables	(X2)
Se recolectan datos y se describen categorías, conceptos, variables	(XK)

Fuente: Hernández et al. (2014)

Transeccionales correlaciónales: Tuvo como finalidad explicar las posibles interacciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en alguna situación determinada. También son descripciones, más no de variables aisladas sino de las vinculaciones que hay entre ellas según éstas sean correlacionales puras o causales. En estos casos lo que se evaluó es la correlación entre una variable y otra en un momento determinado. "Estos diseños podrían dedicarse a formar relaciones entre variables sin buscar sentido de causalidad o analizar relaciones causales. Cuando solo se analiza relaciones no causales, los fundamentos son proposiciones e hipótesis correlacionales; del mismo, cuando se pretende encontrar vinculaciones causales, el fundamento será proposiciones e hipótesis causales". (Hernández et al., 2014)

Tabla 3. Diseños transeccionales correlacionales- causales

CORRELACIONALES	
Se recolectan los datos y se describen la relación	(X1 – Y1)
Se recolectan los datos y se describen la relación	(X2 – Y2)
Se recolectan los datos y se describen la relación	(XK – YK)

Fuente: Hernández et al. (2014)

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población del presente estudio estuvo formada o integrada por aquellos productores de cacao del distrito de Alexander Von Humboldt, cuya fuente de ingreso fue por cultivar cacao en un área mayor a 5 hectáreas. De acuerdo a la información obtenida por el sector agrario de Alexander Von Humboldt, existen 511 productores de cacao.

3.3.2. Muestra

"La muestra para el estudio de investigación, se estimó siguiendo los criterios de conveniencia, por ello se hizo uso del método no probabilístico, a través de la técnica de muestreo dirigido". (Hernández et al., 2014, p.389)

Teniendo en cuenta las siguientes consideraciones la cercanía, la posibilidad de entrevistarlos y la pertenencia a los diferentes caseríos del distrito, a criterio de la investigadora se han seleccionado 22 productores de micro, pequeña y mediana producción de cacao.

Obteniendo una muestra de 22 personas productores cacaoteros con disposición para responder al instrumento de investigación.

Tabla 4. Número de encuestados por caserío

N°	CASERIO	PRODUCTORES CACAOTEROS
1	CORAZÓN DE JESÚS	4
2	ALTO YANAYACU	2
3	EL MILAGRO	1
4	NUEVO IRAZOLA	3
5	NUEVA ESPERANZA	3
6	NUEVO UCAYALI	1
7	MISQUIYAKU	2
8	LASPIEDRAS	2
9	PRIMAVERA	1
10	ASUNCION DEL AGUAYTILLO	3
11	LOS ANGELES	0
12	NUEVO TIWINZA	0
	TOTAL	22

Fuente: Elaboración propia

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de acopio de datos que se aplicaron en la presente investigación, fueron:

Encuesta, que incorporó en el análisis a una parte de la población en estudio, para lo cual se diseñó un cuestionario estructurado (con preguntas cuyas posibles respuestas estuvieron ordenadas en una escala que abarcó desde nunca hasta siempre que para poderlas utilizar en la correlación se cuantificaron en valores del 1 al 5.

Observación, que permitió conocer la realidad de la zona.

Entrevista, que nos permitió conocer detalles adicionales a las respuestas recogidas por la encuesta y además relacionarnos con los productores y así poder conseguir datos más realistas; estas técnicas nos ayudaron a obtener los insumos para luego contrastar las hipótesis.

3.5. PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se realizó una encuesta piloto a fin de verificar la redacción, el orden y formas de las preguntas con el objetivo de asegurar que sean fácilmente entendibles para los agricultores, además se procedió a ejecutar la entrevista personal y anónima; con el fin de descartar sesgos y conservar la confidencialidad de los datos recogidos de los agricultores dedicados a la siembra de cacao, planteándoles preguntas concretas, objetivas y con una escala ordinal.

3.6. TRATAMIENTO DE DATOS

Los datos adquiridos mediante los instrumentos aplicados fueron tabulados y simplificados en tablas estadísticas, desarrollándose de una manera sistematizada empleando como utilitario el programa del SPSS v. 20, luego los datos se registraron en forma escrita, tabulada y graficada, apelándose a gráficos de tipo circular con sus respectivos análisis e interpretación de los resultados.

3.7. PRESENTACIÓN DE DATOS

Para poder presentar los datos clasificados se emplearon gráficos con barras verticales tipo histograma y de diagramas de columnas que han permitido resumir los resultados de la encuesta. La relación de las variables se ha establecido utilizando el coeficiente estadístico de Pearson que viene a ser una medición de la asociatividad lineal que existe entre 2 variables que fueron aleatorias y cuantitativas. El coeficiente de correlación de Pearson se define como un registro que es posible de emplearse para

cuantificar el nivel de relación lineal entre las dos variables en cuestión, siempre y cuando ambas sean cuantitativas; dicho coeficiente sirvió para validar las hipótesis y emitir las conclusiones.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

4.1.1. Resultados de la Variable Independiente: Comercialización

Precio del Cacao

Los productores quienes sacan su cacao a la venta, nos comentaron que hay temporadas que el precio está alto y a veces baja. Por lo que ellos necesitan un precio estable.

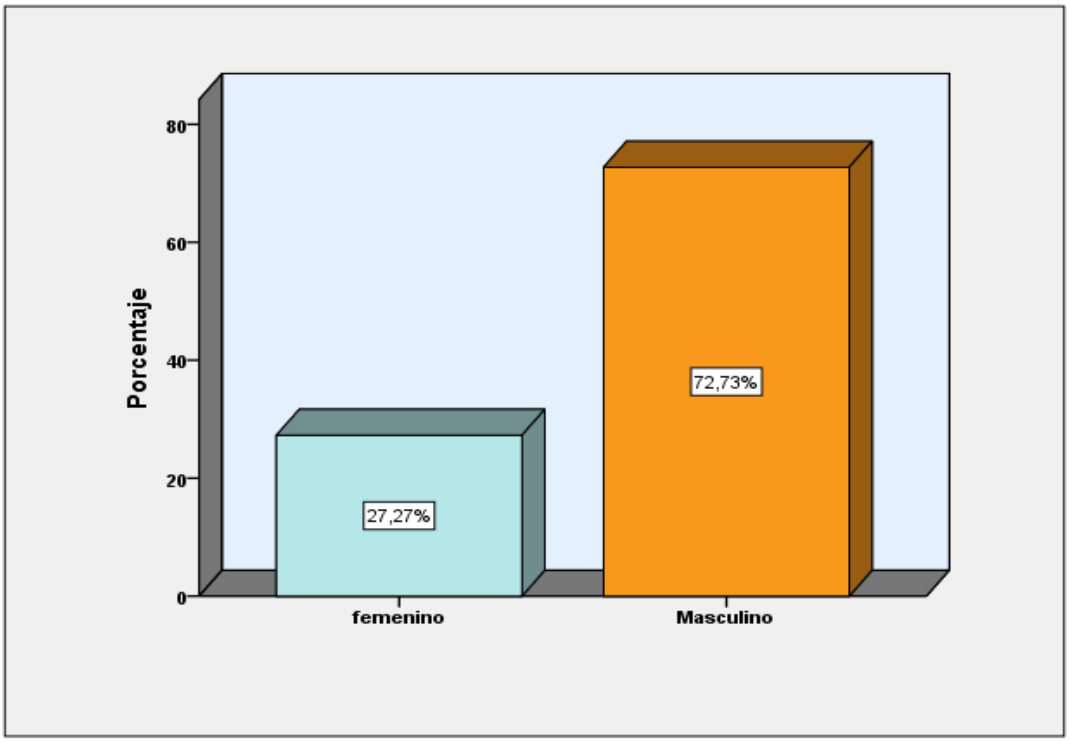


Figura 1. Cacaoteros encuestados según género

Se describe de la Figura 1, que la encuesta realizada un 72.7% (16) son de género masculino y solo un 27.3% (6) son de género femenino.

Tabla 5. Cacaoteros encuestados según su edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	46 a mas	5	22,7	22,7	22,7
	36 a 45 años	9	40,9	40,9	63,6
	26 a 35 años	8	36,4	36,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

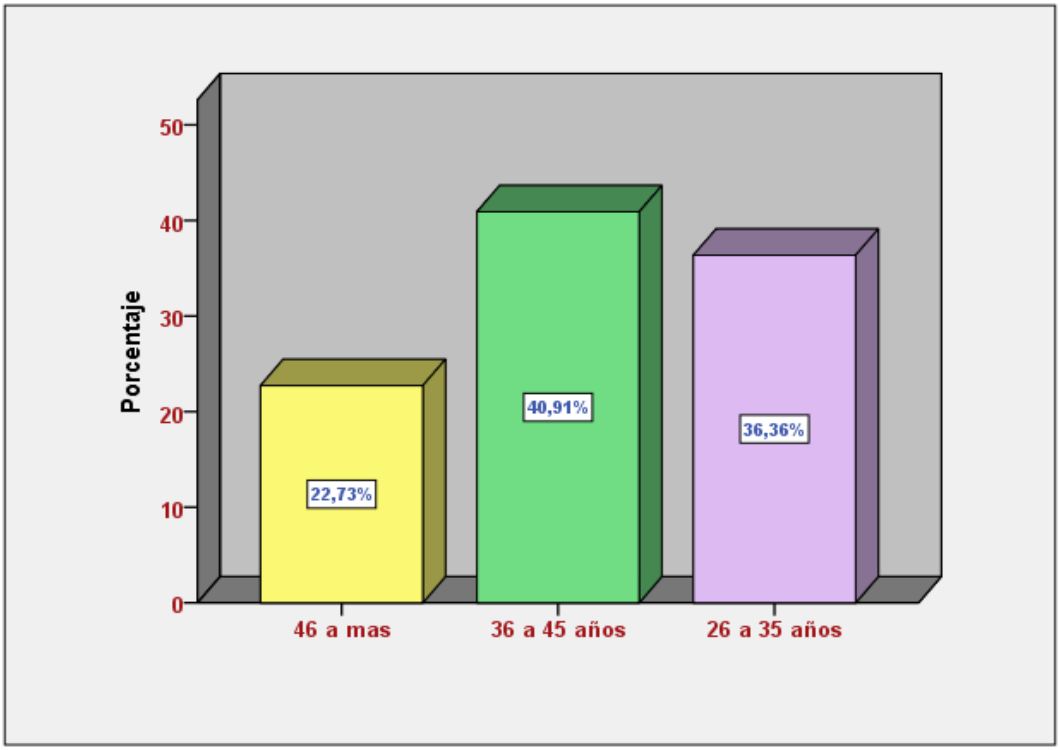


Figura 2. Cacaoteros encuestados según su edad

Como observamos en la tabla 5 y figura 2, el 40.91% (9) son de la edad de 36 años a 45 años, el 36.36% (8) son de la edad de 26 años a 36 años y solo un 22.7% (5) son de la edad de 46 años a más años.

Tabla 6. ¿Usted está conforme con el precio del cacao que ofrece el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	no	18	81,8	81,8	81,8
	si	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

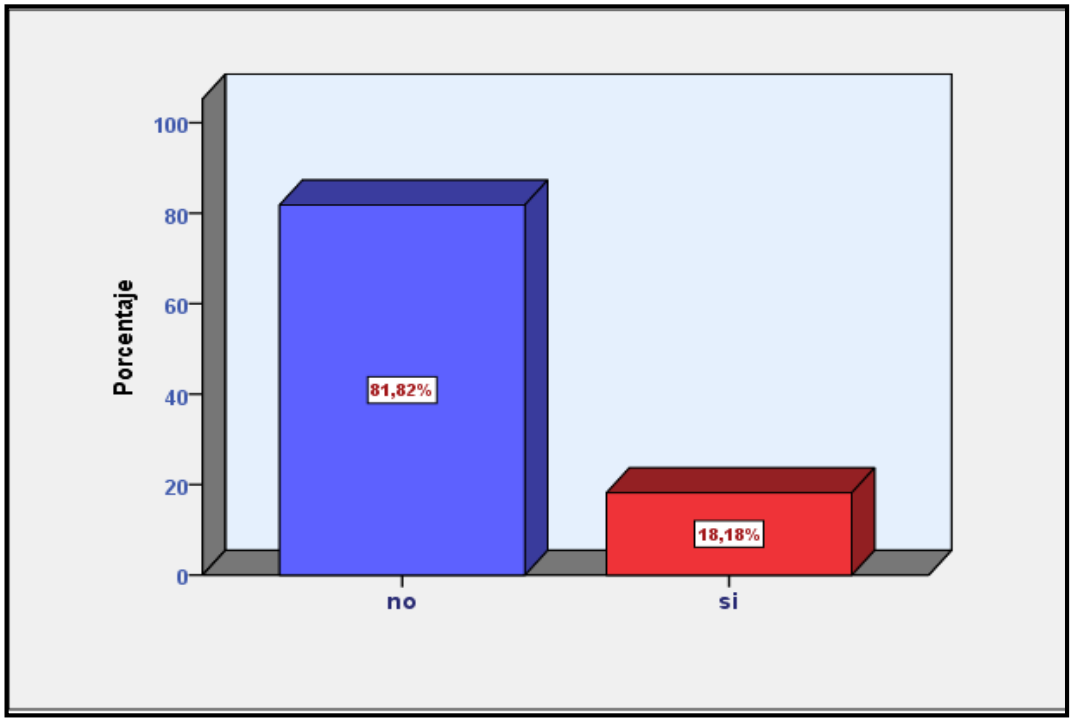


Figura 3. ¿Usted está conforme con el precio del cacao que ofrece el mercado?

Se describe en la tabla 6 y figura 3, que un 81.8%(18) consideran que no están conformes con el precio del cacao que ofrece el mercado, por lo que los cacaoteros hacen mención que el costo de producir cacao es bastante alto, y solo un 18.2%(4), están conformes con el precio del cacao que ofrece el mercado.

Tabla 7. ¿Cuántos kilos de cacao vende al año?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2000 a mas	4	18,2	18,2	18,2
	1500 a 2000	4	18,2	18,2	36,4
	1000 a 1500	2	9,1	9,1	45,5
	500 a 1000	9	40,9	40,9	86,4
	0 a 500	3	13,6	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

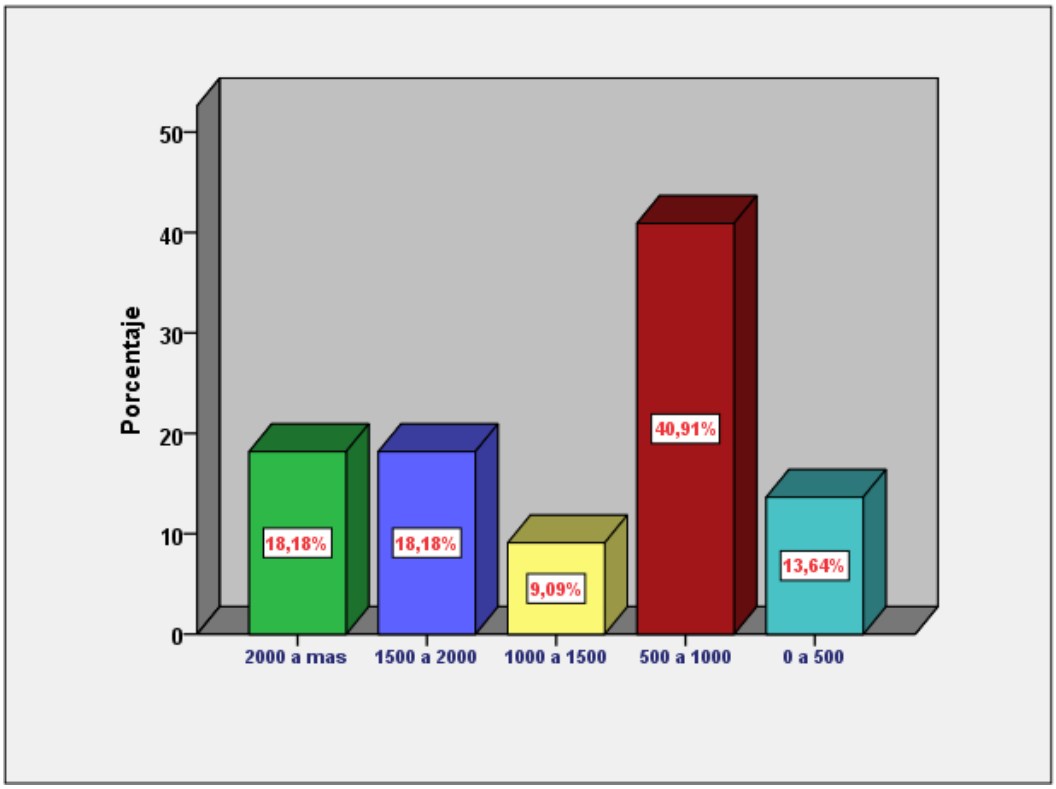


Figura 4. ¿Cuántos kilos de cacao vende al año?

Se describe en la tabla 7 y figura 4, que un 40.9% (9) consideran que venden entre 500 a 100 kilos de cacao al año, asimismo indicaron que un 18.2% (4) venden entre 1500 a 2000 kilos de cacao al año y solo un 13.6% (3) manifestaron que venden entre 0 A 500 kilos de cacao al año.

Tabla 8. ¿A qué precio vende el kilo de cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	8.5 a 9.5	1	4,5	4,5	4,5
	7.2 a 8.5	5	22,7	22,7	27,3
	6.2 a 7.2	16	72,7	72,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

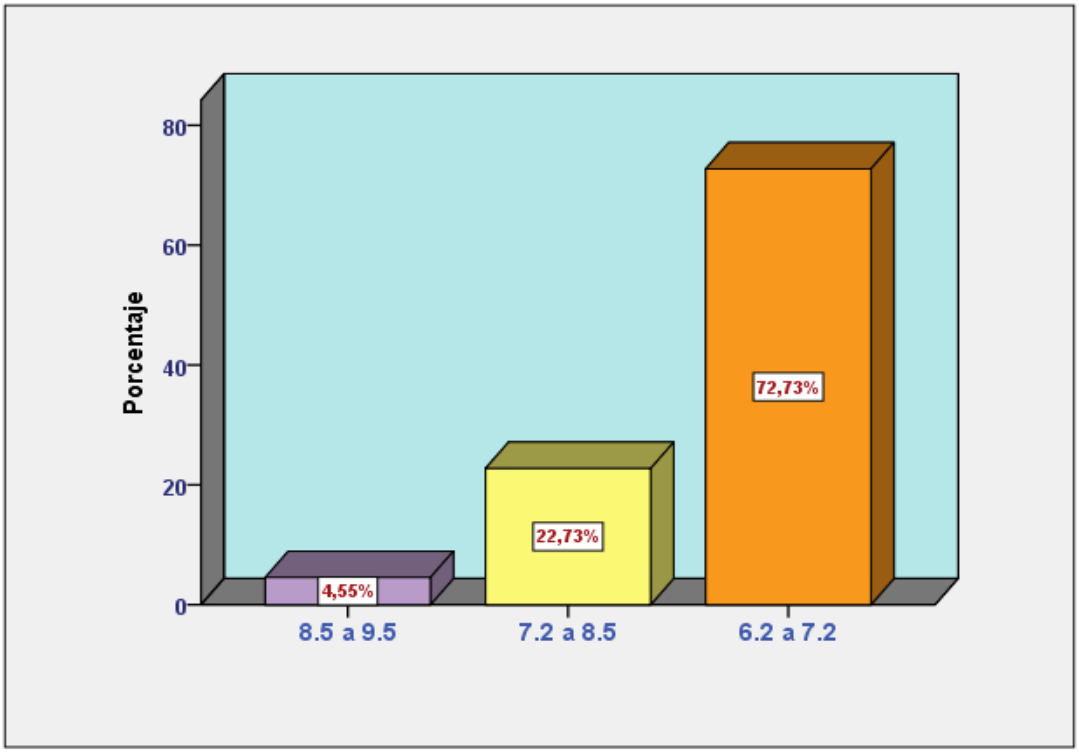


Figura 5. ¿A qué precio vende el kilo de cacao?

Se describe en la tabla 8 y figura 5, que un 72.73% (16), expresaron que venden a un precio entre 6.20 a 7.20 soles con 20 centavos y solo un 4.55% (1), expresó que vende el kilo de cacao a un precio de 8.5 a 9.5 soles con cincuenta céntimos.

Tabla 9. ¿Considera usted que la calidad del cacao es fundamental para obtener un buen precio en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	no	2	9,1	9,1	9,1
	si	20	90,9	90,9	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

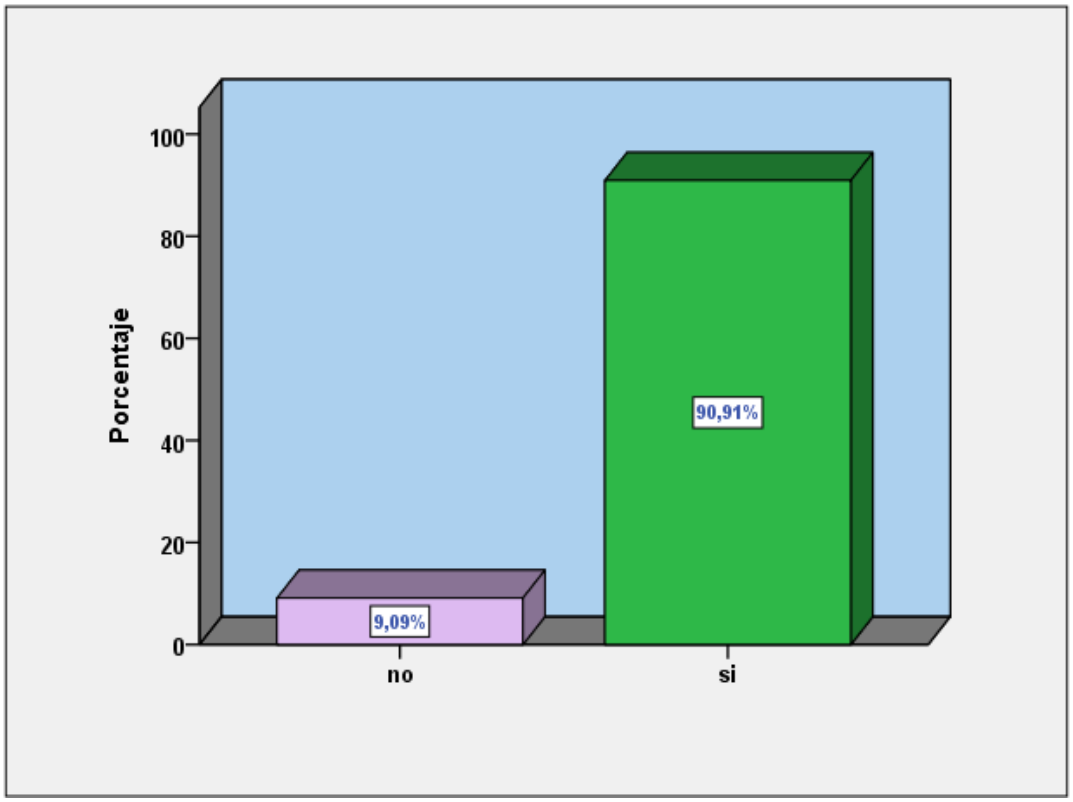


Figura 6. ¿Considera usted que la calidad del cacao es fundamental para obtener un buen precio en el mercado?

Se describe en la tabla 9 y figura 6, que la encuesta realizada un 90.91% (20) consideran que la calidad del cacao es fundamental para obtener un buen precio y solo un 9.09% (2) no consideran como un factor relevante la calidad del cacao fundamental para obtener un buen precio.

Tabla 10. ¿Usted qué tipo de variedad vende su cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CCN51	14	63,6	63,6	63,6
	EET 228	4	18,2	18,2	81,8
	IMC 67	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

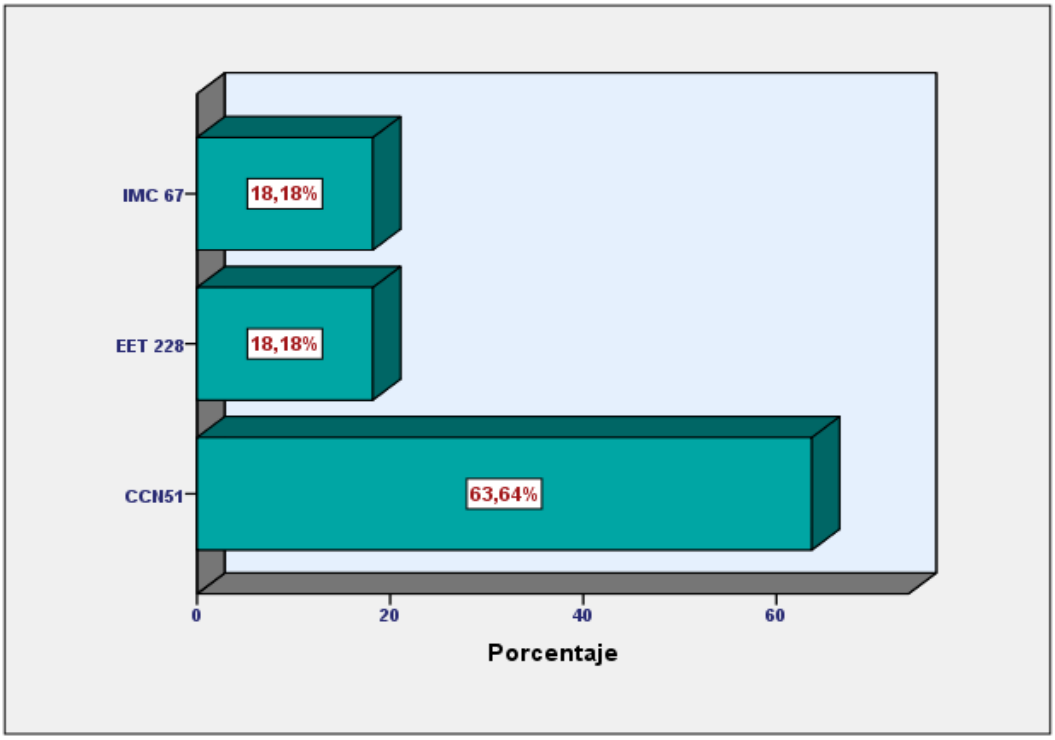


Figura 7. ¿Usted qué tipo de variedad vende su cacao?

Se describe en la tabla 10 y figura 7, que la encuesta realizada un 63.64% (14) venden la variedad de CCN51 y solo un 18.18%(4) venden la variedad de EET 228.

Tabla 11. ¿Cuáles son los principales problemas de comercialización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INTERMEDIARIOS	13	59,1	59,1	59,1
	FALAT DE PARTICIPACION EN LA ASOCIACION	2	9,1	9,1	68,2
	FALTA DE COMPRADORES	2	9,1	9,1	77,3
	PRECIOS BAJOS	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

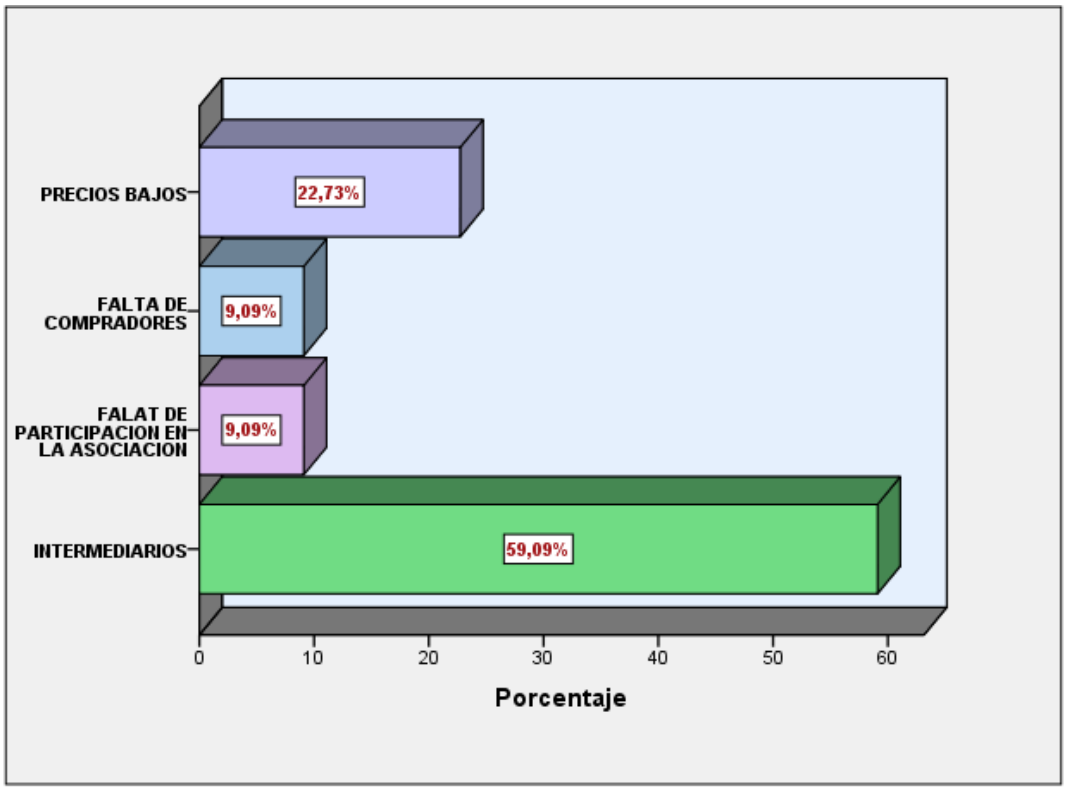


Figura 8. ¿Cuáles son los principales problemas de comercialización?

En la tabla 11 y figura 8, se observa que un 59.09%(13), expresaron que unos de los principales problemas de la comercialización son los intermediarios y un 9.09%(2) expresaron que los problemas son la falta de compradores.

Tabla 12. ¿Usted está de acuerdo con vender su cacao en baba o seco?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	seco	6	27,3	27,3	27,3
	baba	16	72,7	72,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

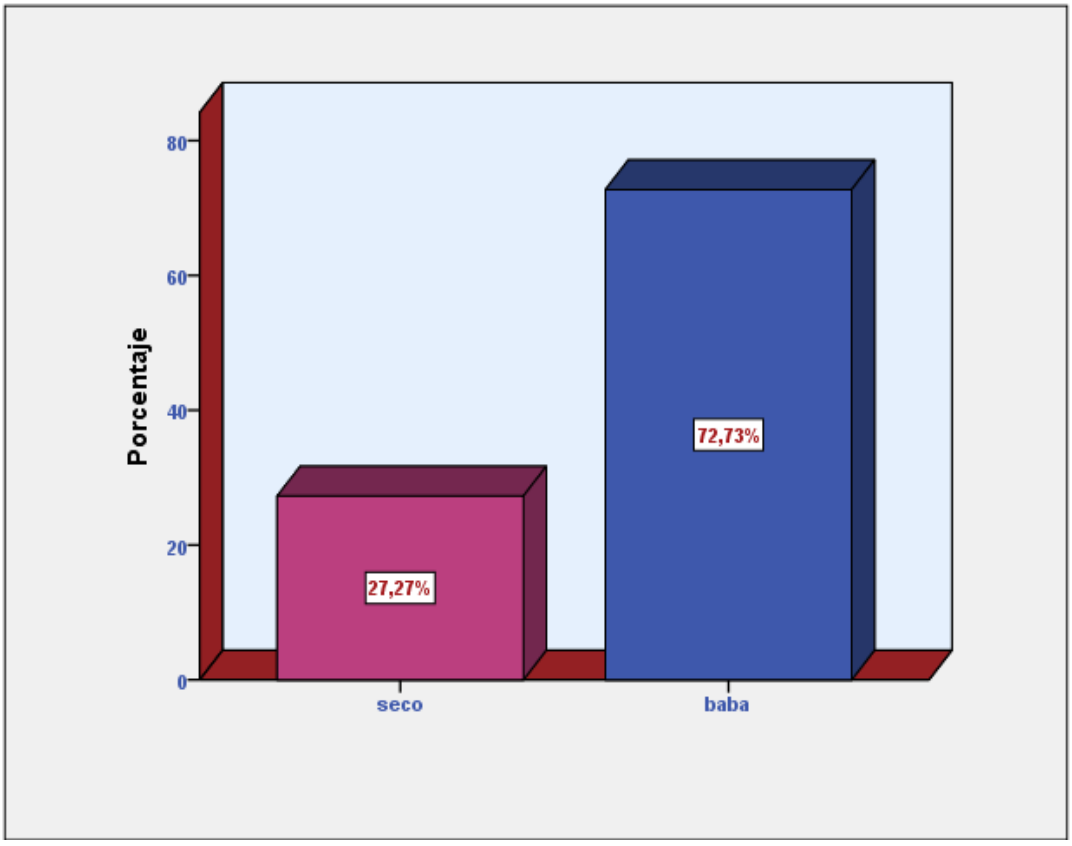


Figura 9. ¿Usted está de acuerdo con vender su cacao en baba o seco?

Se describe en la tabla 12 y figura 9, que un 72.73%(16), expresaron que están de acuerdo con vender su cacao en baba y solo un 27.27%(6) están de acuerdo en vender su cacao en seco.

Tabla 13. ¿De parte de quién ha recibido asesoría técnica?

¿De parte de quien ha recibido asesoría técnica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	OTRO	3	13,6	13,6	13,6
	Gobierno Regional	9	40,9	40,9	54,5
	Municipalidad	3	13,6	13,6	68,2
	DEVIDA	7	31,8	31,8	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

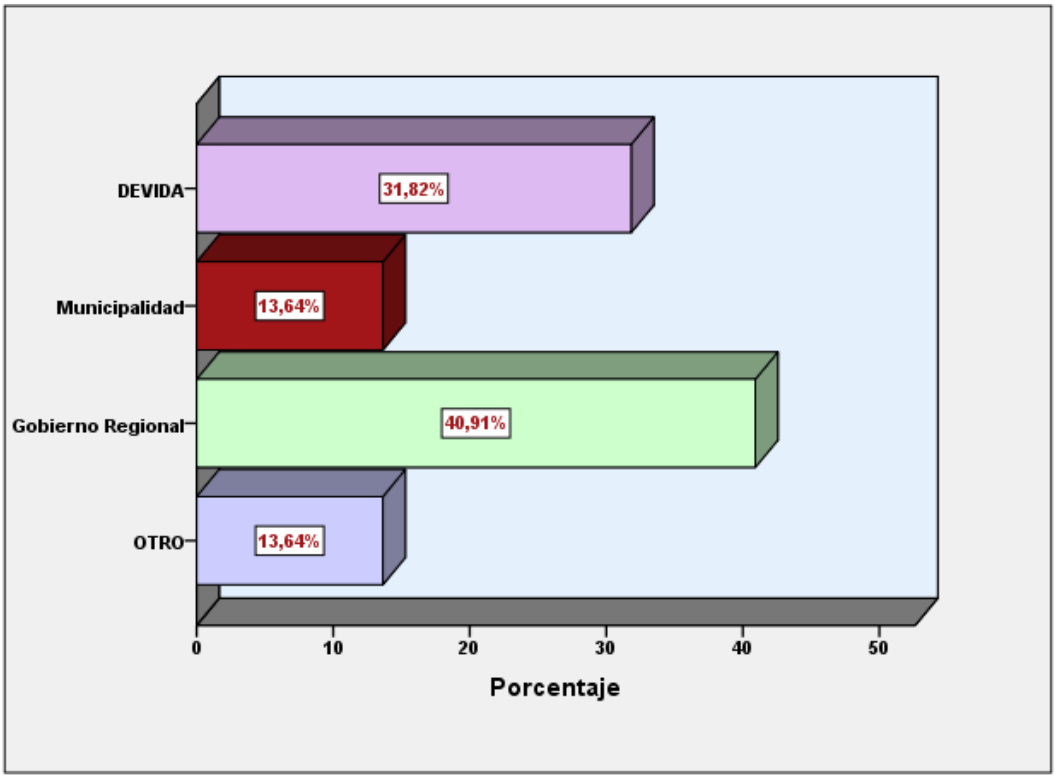


Figura 10. ¿De parte de quién ha recibido asesoría técnica?

Se describe en la tabla 13 y figura 10, que un 40.91%(9), expresaron que ha recibido asesoría técnica por parte del Gobierno Regional de Ucayali y solo un 13.64%(3) de las Municipalidades Distritales y Provinciales han recibido asesoría técnica.

Tabla 14. ¿Usted ha recibido asesoría técnica para mejorar la venta de su cacao por parte del Estado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	18	81,8	81,8	81,8
	SI	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

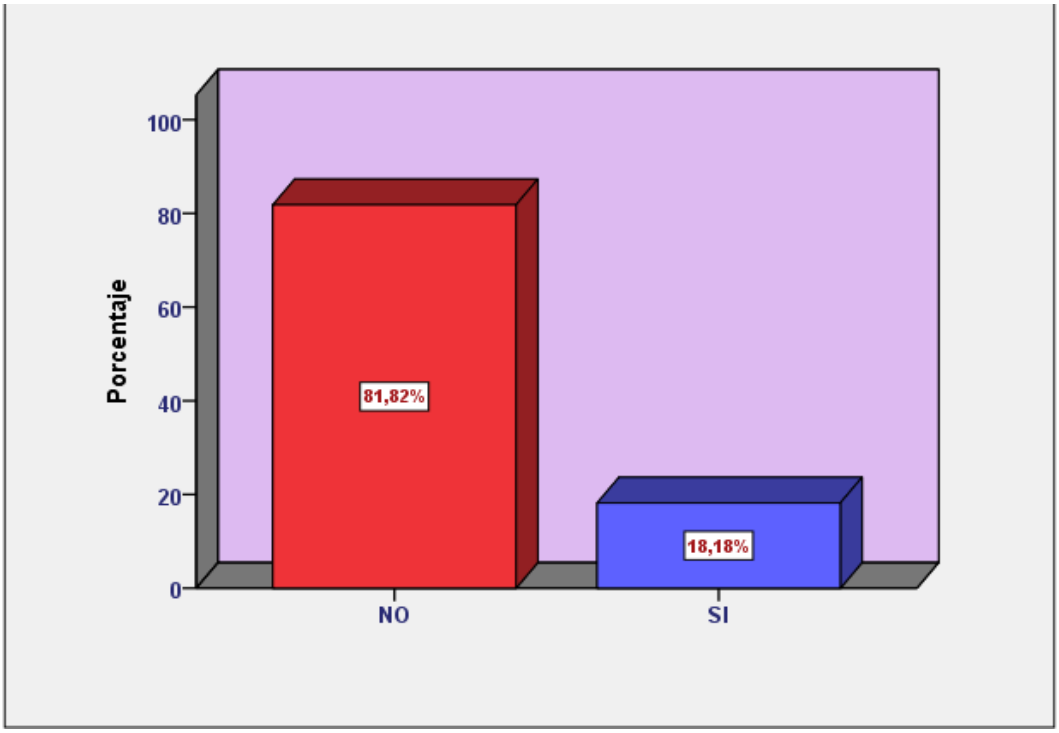


Figura 11. ¿Usted ha recibido asesoría técnica para mejorar la venta de su cacao por parte del Estado?

Se describe en la tabla 14 y figura 11, que un 81.82% (18), expresaron que no han recibido asesoría técnica para mejorar la venta de su cacao y solo un 18.18%(4) expresaron que si han recibido asesoría técnica con la finalidad de mejorar la venta de su cacao.

Tabla 15. ¿Con qué medios de transporte sacan su cacao al mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	cargando	2	9,1	9,1	9,1
	caballo	3	13,6	13,6	22,7
	Motokar, Jurgon	12	54,5	54,5	77,3
	Camion	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

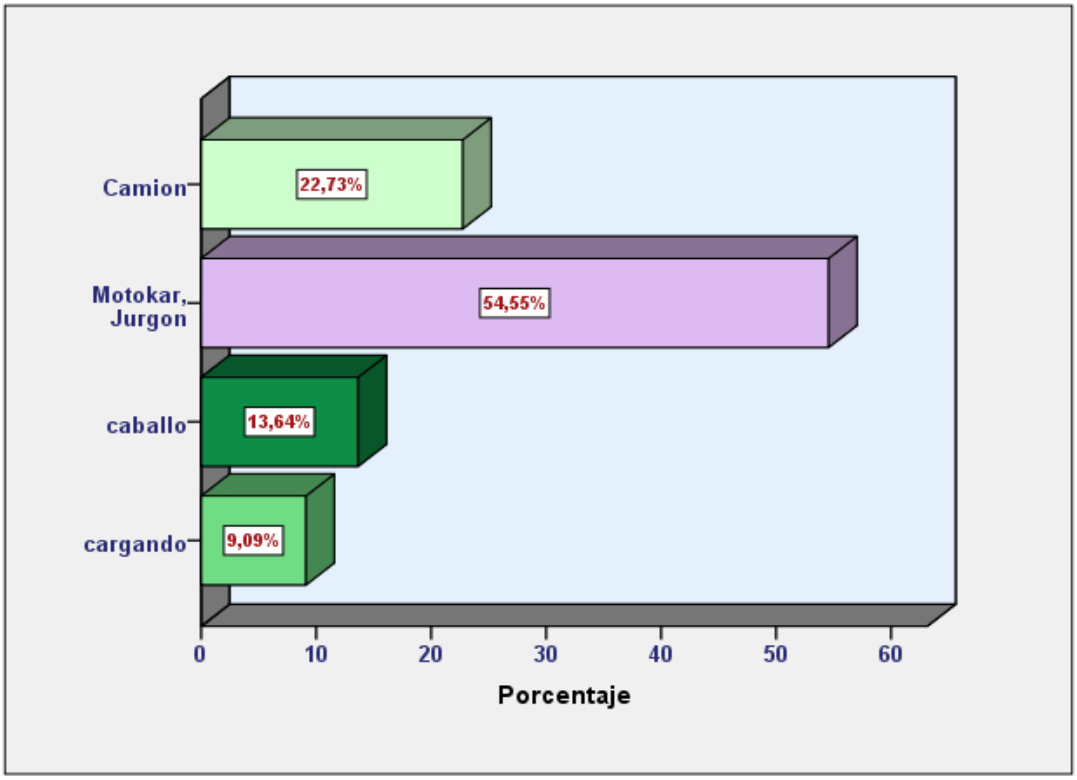


Figura 12. ¿Con qué medios de transporte sacan su cacao al mercado?

Se describe en la tabla 15 y figura 12, que un 54.55% expresaron que con motokar y furgón es el medio con que sacan sus productos para vender y solo un 9.09% (2) sacan cargando su cacao para vender al mercado.

Tabla 16. ¿Considera que la carretera es la adecuada para transportar su producto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy malo	3	13,6	13,6	13,6
	malo	9	40,9	40,9	54,5
	regular	7	31,8	31,8	86,4
	bueno	3	13,6	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

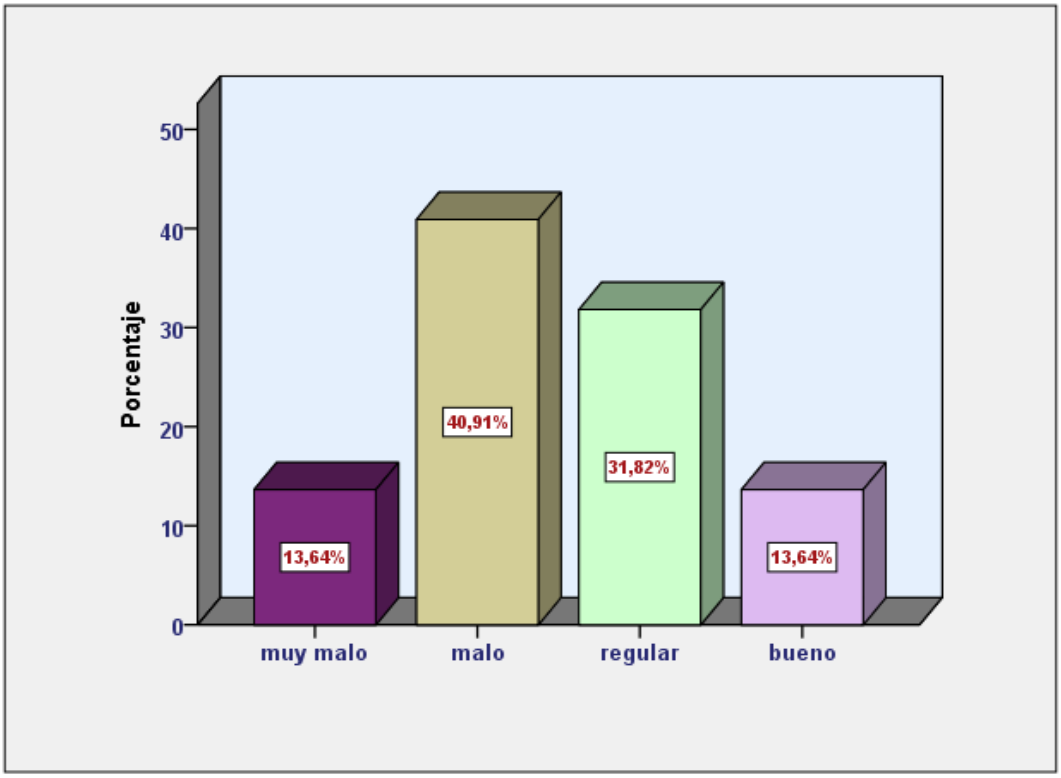


Figura 13. ¿Considera que la carretera es la adecuada para transportar su producto?

Se describe en la tabla 16 y figura 13, que un 40.91% (9), expresaron que la carretera está mala es decir en mal estado e intransitable y solo un 13.64%(3) manifestaron que es bueno.

Tabla 17. ¿Posee infraestructura adecuada para completar el ciclo de producción y comercialización del cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	no	6	27,3	27,3	27,3
	si	16	72,7	72,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

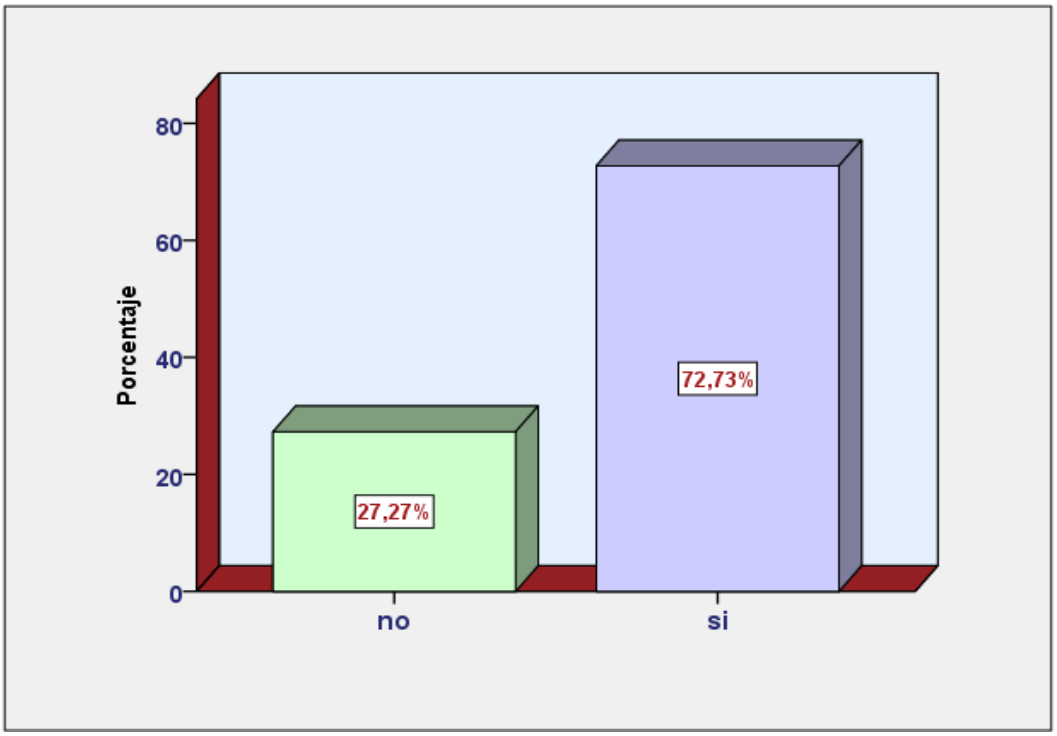


Figura 14. ¿Posee infraestructura adecuada para completar el ciclo de producción y comercialización del cacao?

Se describe en la tabla 17 y figura 14, que un 72.73%(16), expresaron que si poseen infraestructura adecuada sin embargo el 27.27%(6) manifestaron que no disponen de condiciones de infraestructura.

Tabla 18. ¿Cómo seca el cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	A la interperie	9	40,9	40,9	100,0
	Secadora	8	36,4	36,4	59,1
	Ninguna	4	18,2	18,2	22,7
	Markesina - Maquina	1	4,5	4,5	4,5
	Total	22	100,0	100,0	

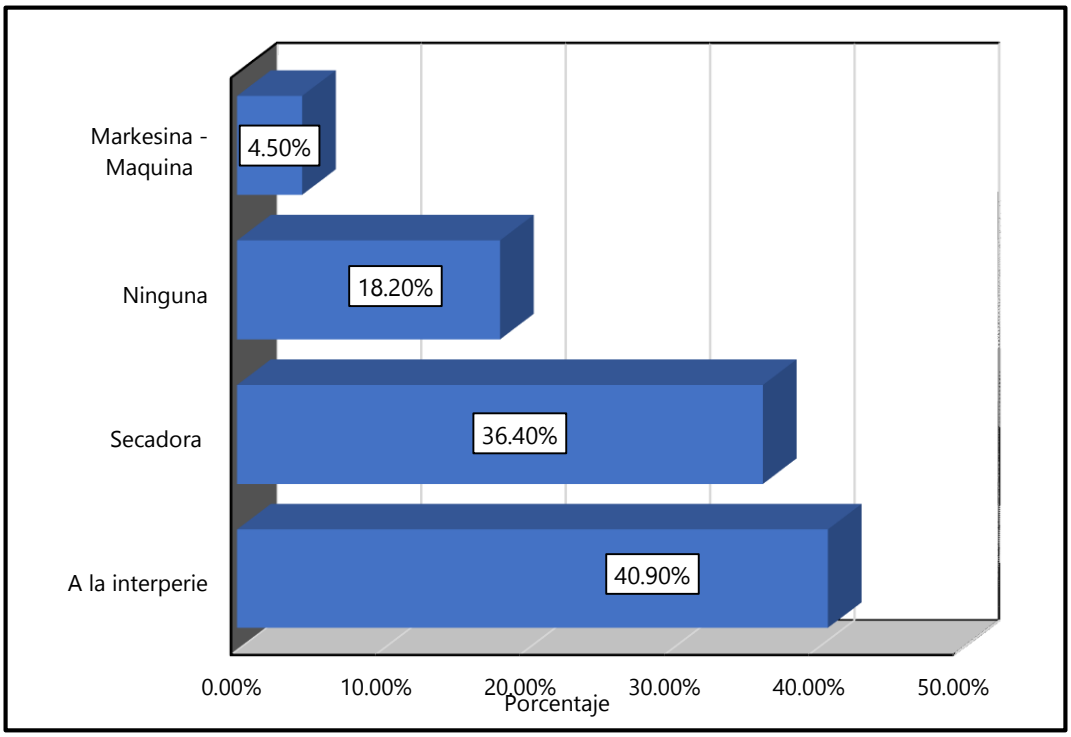


Figura 15. ¿Cómo seca el cacao?

Se describe en la tabla 18 y figura 15, que existen varios sistemas de secado que emplean los productores, el 40.9% (9) de los productores indicaron que cuando secan el cacao lo hacen a la interperie, el 36.4% (8) señalan que lo hacen con una secadora artesanal y solo un 18.2 (4) señalan que no realizan ningún tipo de secado.

Tabla 19. ¿Qué tipo de beneficios ha recibido por parte de los comerciantes (empresas)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tener acceso a tecnologias del estado	6	27,3	27,3	27,3
	Tener acceso a credito	8	36,4	36,4	63,6
	Mejora su produccion e ingresos economicos	3	13,6	13,6	77,3
	Capacitacion y asistencia tecnica y Pasantias	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

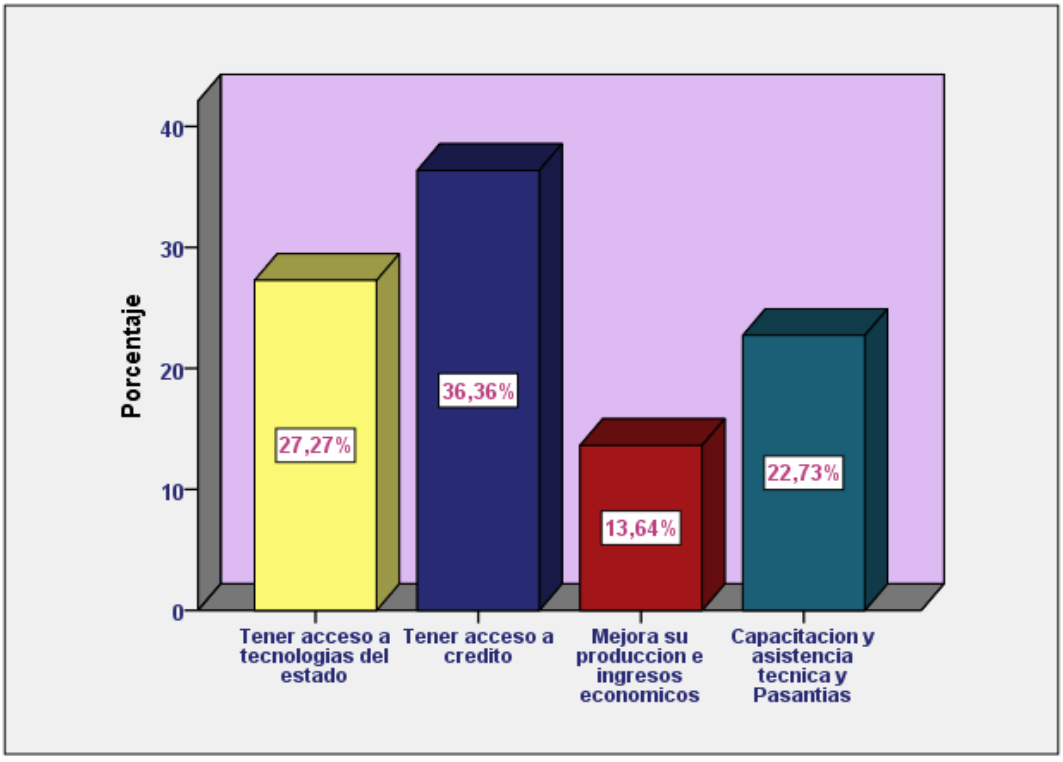


Figura 16. ¿Qué tipo de beneficios ha recibido por parte de los comerciantes (empresas)?

Se describe en la tabla 19 y figura 16, que un 36.36% (8), expresaron que tener acceso a créditos agrícolas es uno de los beneficios que reciben los cacaoteros por parte de los comerciantes y solo un 13.64%(3) manifestaron que mejoraría su producción e ingresos económicos.

4.1.2. Resultados de la Variable Dependiente: Ingreso

Tabla 20. ¿A quién vende su cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	amazonas	2	9,1	9,1	9,1
	intermediarios	14	63,6	63,6	72,7
	colpa de loros	3	13,6	13,6	86,4
	COPASA	3	13,6	13,6	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

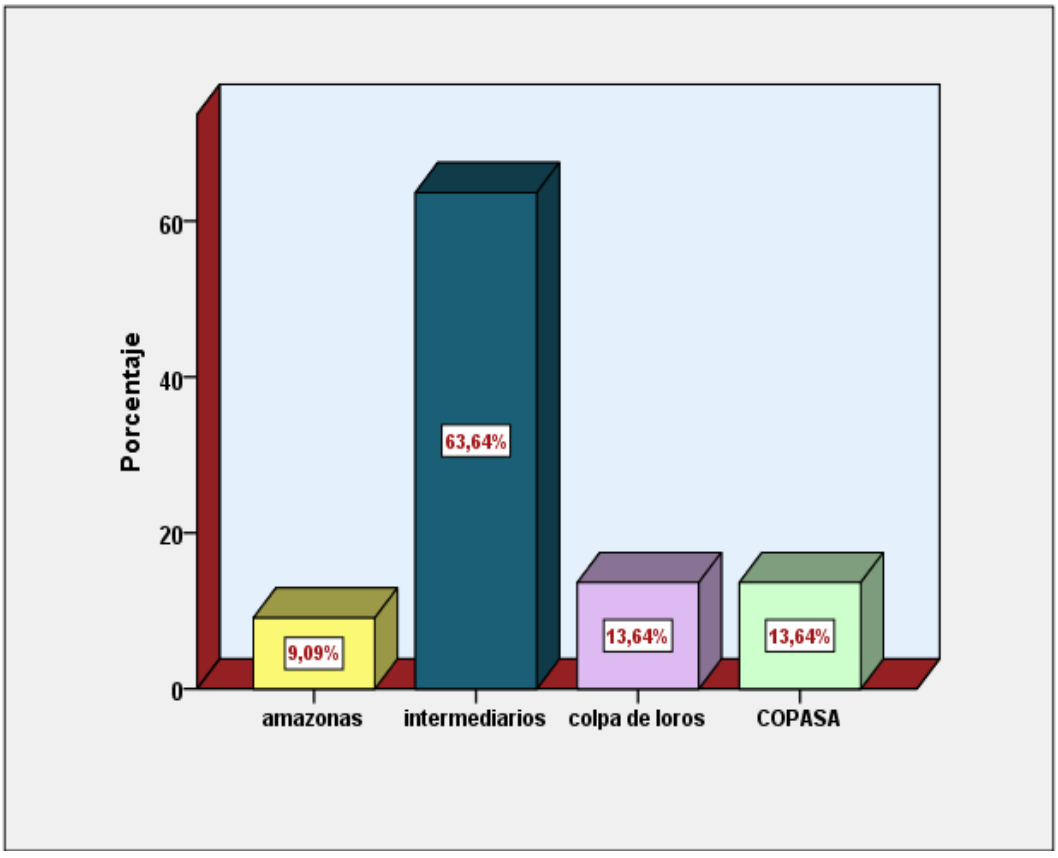


Figura 17. ¿A quién vende su cacao?

Se describe en la tabla 20 y figura 17, que un 63.64% (14), expresaron que venden su cacao a intermediarios, además un 13.64% (3) venden a Colpa de Loros y solo un 9.09% (2) venden a Amazonas.

Tabla 21. Cacaoteros encuestados, ¿según rango de ingreso por mes, en soles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2000 A MAS	1	4,5	4,5	4,5
	1500 A 2000	6	27,3	27,3	31,8
	1000 A 1500	6	27,3	27,3	59,1
	500 A 1000	9	40,9	40,9	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

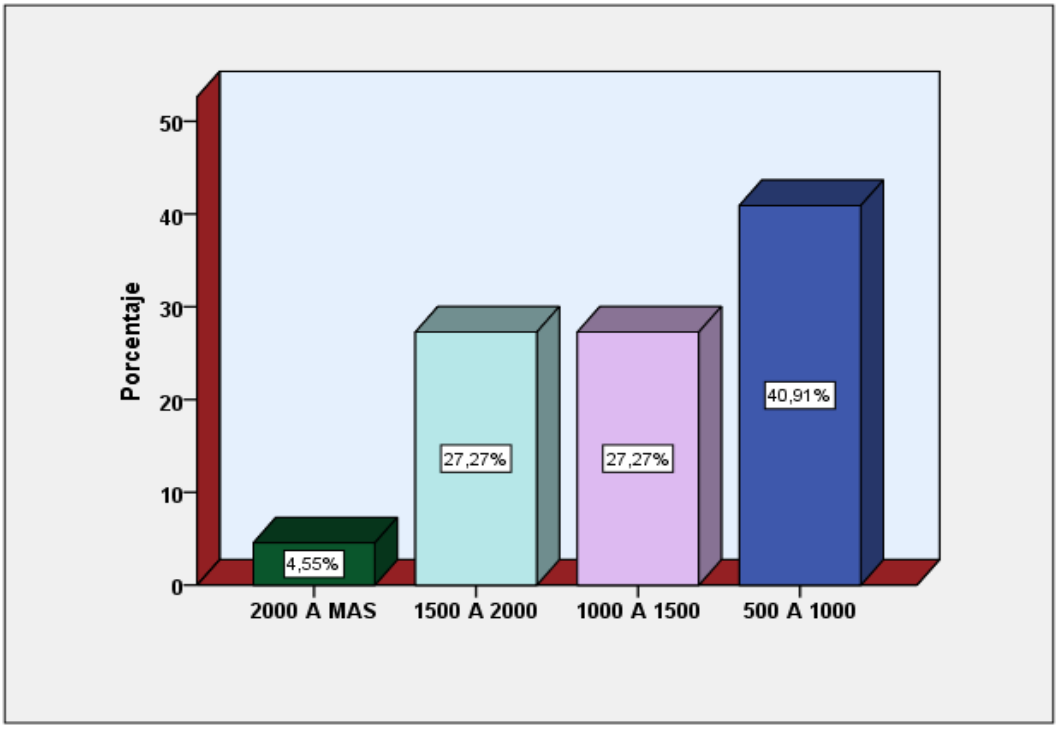


Figura 18. Cacaoteros encuestados, ¿según rango de ingreso por mes, en soles?

Se describe en la tabla 21 y figura 18, que un 40.91% (9), expresaron que tienen un ingreso entre 500 a 1000 soles al mes y solo un 4.55%(1) manifestaron que tienen un ingreso de 2000 soles a más.

Tabla 22. ¿Qué mejoras hace usted con la venta de su cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REMODELACION DE SU CASA	4	18,2	18,2	18,2
	AMPLIACION DE PASTO Y OTROS	3	13,6	13,6	31,8
	AMPLIACION DE CACAO	15	68,2	68,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

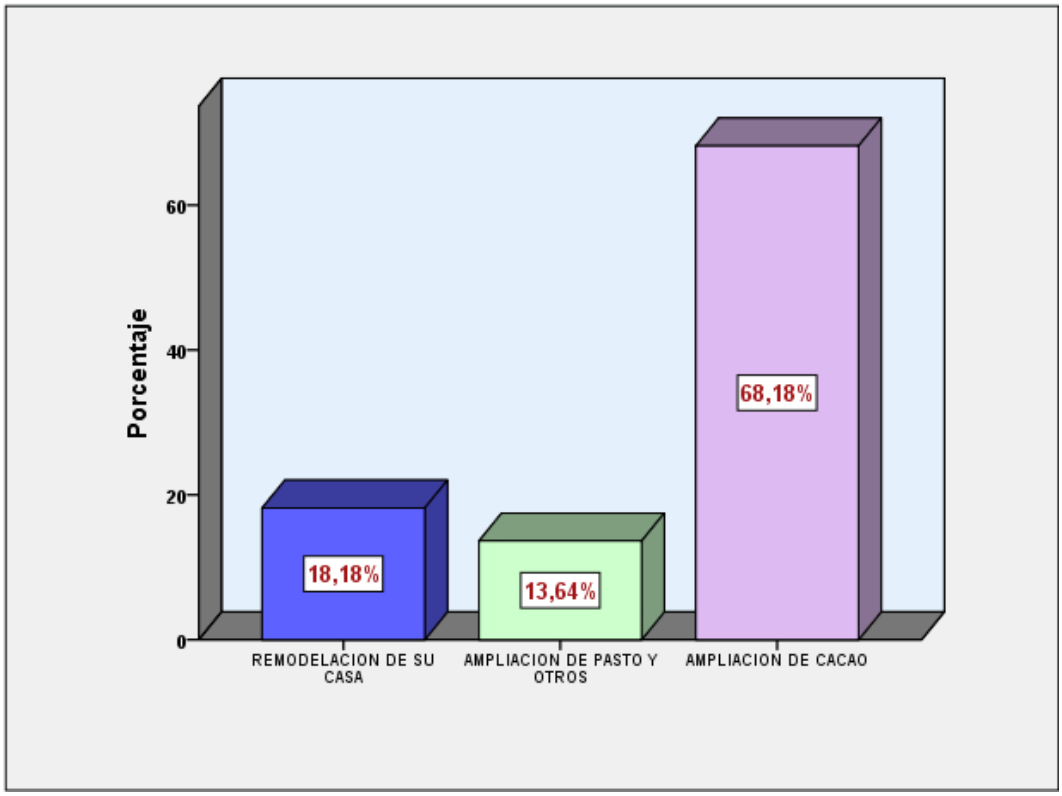


Figura 19. ¿Qué mejoras hace usted con la venta de su cacao?

Se describe en la tabla 22 y la figura 19, que un 68.18% (15), expresaron que hacen mejoras como la ampliación de su cacao y solo un 13.64%(3) manifestaron que hacen remodelación de su casa con la venta de su cacao.

Tabla 23. ¿Usted ahorra su dinero de la venta de su cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	18	81,8	81,8	81,8
	SI	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

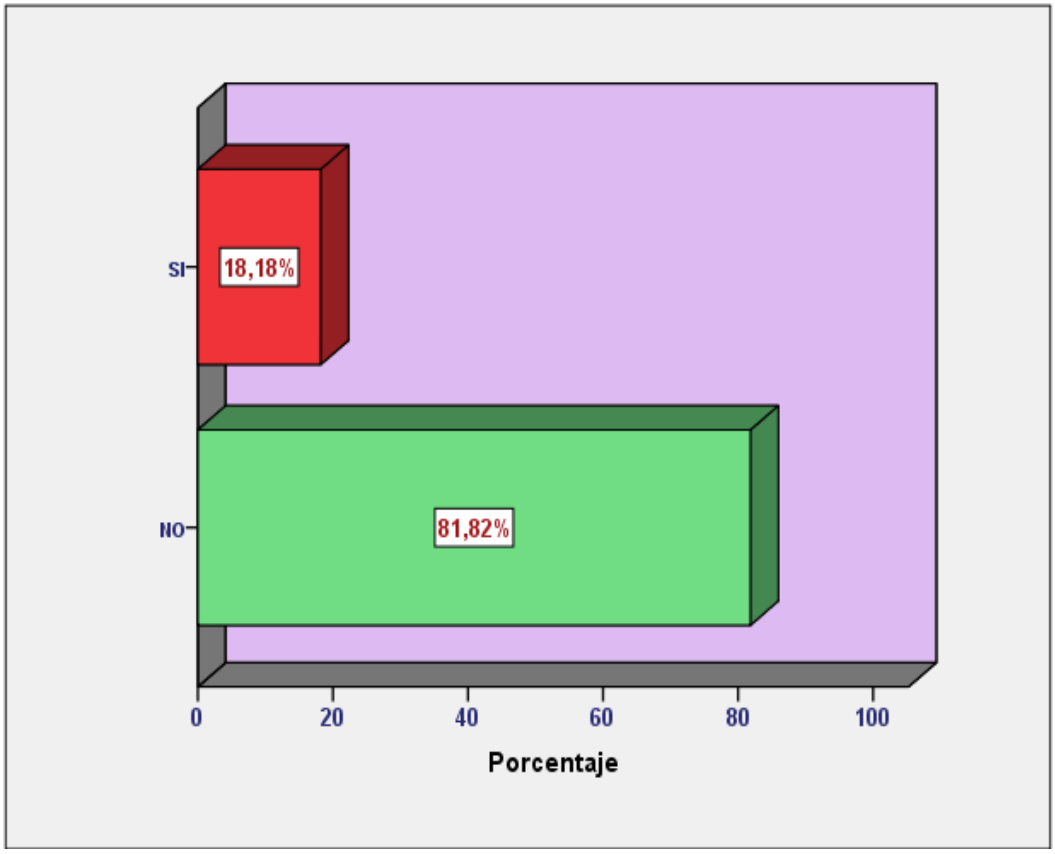


Figura 20. ¿Usted ahorra su dinero de la venta de su cacao?

Se describe en la tabla 23 y figura 20, que un 81.82% (18), expresaron que ahorran su dinero cuando venden su cacao y solo un 18.18%(4) manifestaron que no ahorran.

Tabla 24. ¿Usted recibe bonificaciones por la venta de su cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	OTROS	11	50,0	50,0	50,0
	Gratificaciones por fiestas patrias y navidad	3	13,6	13,6	63,6
	Reintegros por kilo de cacao	8	36,4	36,4	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

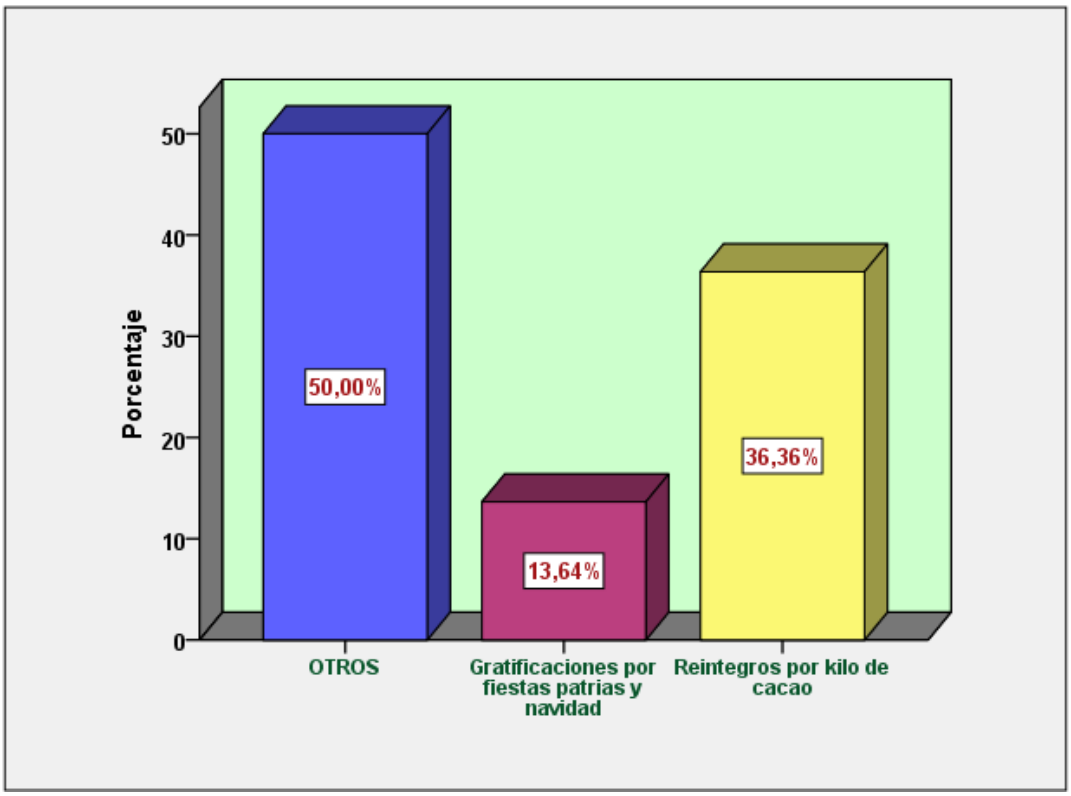


Figura 21. ¿Usted recibe bonificaciones por la venta de su cacao?

Se describe en la tabla 24 y figura 21, que en un 50.00%(11) de los encuestados expresaron que reciben otros beneficios, asimismo indicaron que un 36.36%(8) reciben reintegros a fin de año S/ 0.5 céntimos por kilo de cacao, esto debido a que muchos cacaoteros están afiliados a cooperativas como Naranjillo y Colpa de Loro y mientras un 13.36%(3), expresa que reciben sobresueldo por fiestas patrias y navidad.

Tabla 25. ¿Cuáles son las condiciones que los comerciantes imponen para comprar cacao?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Valido	PRECIO	1	4,55	4,55	4,55
	VARIEDAD	4	18,18	18,18	31,8
	%HUMEDAD	8	36,36	36,36	59,1
	IMPUREZA	9	40,91	40,91	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

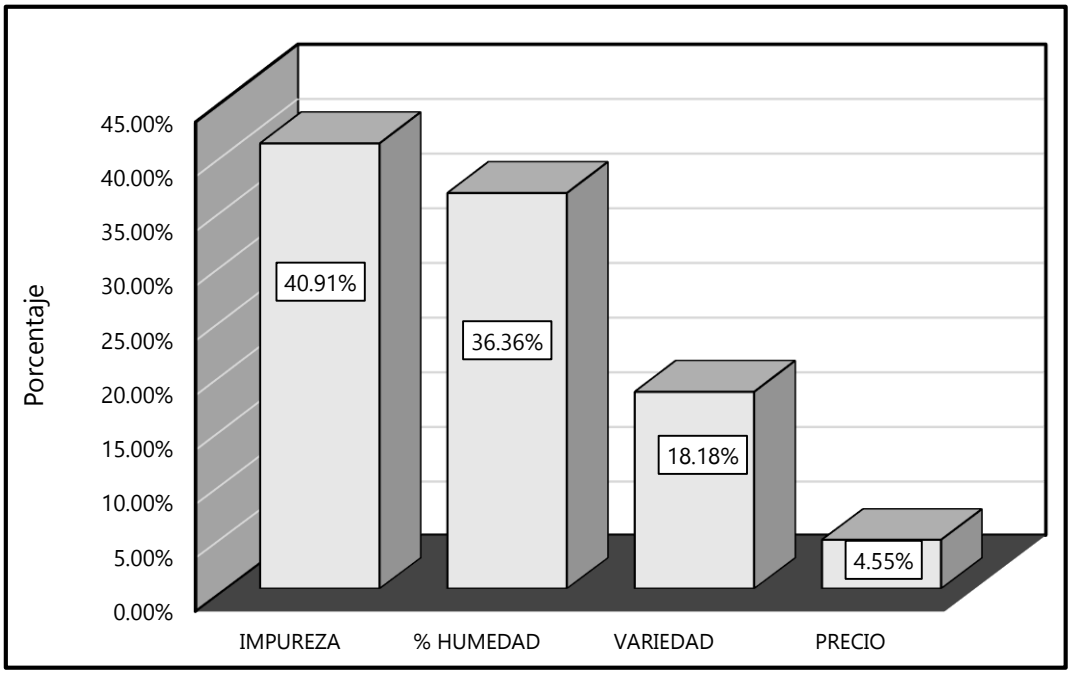


Figura 22. ¿Cuáles son las condiciones que los comerciantes imponen para comprar cacao?

Se describe de la tabla 25 y figura 22, que el 40.91%(9), de los encuestados manifestaron que las condiciones que los comerciantes imponen es la impureza, seguido de un 36,36%(8) humedad y solo un 4,55%(1) de los encuestados indicaron que otra de las condiciones es el precio.

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.2.1. Análisis de la relación entre las variables

En el análisis de las hipótesis se ha empleado el programa SPSS v. 20 como herramienta para analizar estadísticamente los datos buscando hallar en primer lugar el Coeficiente de Correlación de Pearson (r) para en base a este primer resultado continuar con todos los demás elementos que provee un análisis de regresión lineal. De acuerdo a Hernández et al., (2014) “la correlación de Pearson es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o razón se simboliza: r. se calcula a partir de las señales obtenidas en una muestra de dos variables”. (p.305)

Se van a relacionar los datos cuantificados recogidos referidos a la variable Comercialización con aquellos valores que corresponden a la variable Ingresos del productor, para tratar de medir el nivel de influencia que tiene la primera sobre la segunda variable.

La fórmula analítica para el cálculo del coeficiente de Pearson es:

$$r = \frac{\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x - \bar{x})^2 \sum(y - \bar{y})^2}}$$

Según sea el valor de r, se establece un grado de correlación lineal entre las variables de estudio, lo que a su vez nos permite hacer la interpretación sobre la validez de la hipótesis propuesta y que será el insumo principal para las conclusiones que vayamos a emitir.

En la tabla siguiente podemos apreciar el tipo de correlación existente según el valor de dicho coeficiente:

Tabla 26. Escala de Correlación de Pearson

RANGO	VALOR		SIGNIFICADO
1	-1		Correlación negativa grande perfecta
2	-0.9	-0.99	Correlación negativa muy alta
3	-0.7	-0.89	Correlación negativa alta
4	-0.4	-0.69	Correlación negativa moderada
5	-0.2	-0.39	Correlación negativa baja
6	-0.1	-0.19	Correlación negativa muy baja
7	0		Correlación nula
8	0.01	0.19	Correlación positiva muy baja
9	0.2	0.39	Correlación positiva baja
10	0.4	0.69	Correlación positiva moderada
11	0.7	0.89	Correlación positiva alta
12	0.9	0.99	Correlación positiva muy alta
13	1		Correlación positiva grande perfecta.
14	0.01	0.19	Correlación positiva muy baja
15	0.2	0.39	Correlación positiva baja
10	0.4	0.69	Correlación positiva moderada
16	0.7	0.89	Correlación positiva alta
17	0.9	0.99	Correlación positiva muy alta
18	1		Correlación positiva grande perfecta.
19	0.7	0.89	Correlación positiva alta
20	0.9	0.99	Correlación positiva muy alta
21	0.9	0.99	Correlación positiva muy alta
22	1		Correlación positiva grande perfecta.

Fuente: Elaboración propia.

La validez de la hipótesis general e hipótesis específicas se fundamenta en el análisis de los resultados que arroja el resumen ANOVA que nos proporciona una serie de estadísticos para poder establecer si existe o no una relación importante entre las variables. El valor del estadístico F permitió el contraste de la hipótesis nula permitiendo descartar la posibilidad de que el valor poblacional del coeficiente de determinación R sea cero, lo cual equivale a demostrar que la pendiente de la recta de regresión lineal no vale cero. Si el valor de significación nos hubiera dado (p = 0.000) estará indicándonos de que la probabilidad de que, el conjunto de variables predictoras ingresadas no es suficiente para poder describir los valores predichos de la variable dependiente, sea cero. Esto se

interpreta como que las variaciones en la variable dependiente se explican significativamente por los efectos predictivos identificados.

Por lo tanto:

- Si P (valor critico de *F*) < 0.05. Se considera significativo se rechaza la H_0.
- Si P (valor critico de F)>0.05. No se considera significativo se acepta la H_0.

4.2.2. Hipótesis General

La comercialización del cacao incide directamente sobre los ingresos de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

Tabla 27. Correlación entre la comercialización y los ingresos del productor

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación estándar	N
COMERCIALIZACION	40,00	3,780	22
INGRESOS	13,91	1,823	22

Correlaciones[a]

		COMERCIALIZACION	INGRESOS
COMERCIALIZACION	Correlación de Pearson	1	,421
	Sig. (bilateral)		,051
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	300,000	61,000
	Covarianza	14,286	2,905
INGRESOS	Correlación de Pearson	,421	1
	Sig. (bilateral)	,051	
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	61,000	69,818
	Covarianza	2,905	3,325

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.421 el cual de acuerdo a la tabla 27, nos indica la presencia de una correlación positiva moderada, lo que podemos interpretar como que la comercialización incide directamente en los Ingresos de los Productores Cacaoteros en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

4.2.3. Hipótesis Específica 1

Los medios de transporte inciden significativamente sobre los ingresos de los productores cacaoteros en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

Tabla 28. Relación entre el transporte y el ingreso del productor

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación estándar	N
TRANSPORTE1	6,36	1,093	22
INGRESOS	13,91	1,823	22

Correlaciones

		TRANSPORTE1	INGRESOS
TRANSPORTE1	Correlación de Pearson	1	,209
	Sig. (bilateral)		,352
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	25,091	8,727
	Covarianza	1,195	,416
	N	22	22
INGRESOS	Correlación de Pearson	,209	1
	Sig. (bilateral)	,352	
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	8,727	69,818
	Covarianza	,416	3,325
	N	22	22

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.209 que según la tabla 28, nos advierte la presencia de una correlación positiva baja, lo cual podemos interpretar como que los medios de transporte no ejercen una influencia estadísticamente importante sobre los ingresos de los productores cacaoteros en el distrito de Alexander Von Humboldt durante el año 2017.

4.2.4. Hipótesis Específica 2

El volumen de venta de cacao incide positivamente en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

Tabla 29. Relación entre la venta de cacao y los ingresos del productor

Estadisticos descriptivos

	Media	Desviacion estandar	N
VENTA1	12,045	1,3266	22
INGRESODEL PRODUCTOR	40,00	3,780	22

Correlaciones

		VENTA1	INGRESODEL PRODUCTOR
VENTA1	Correlacion de Pearson	1	,522*
	Sig. (bilateral)		,013
	Suma de cuadros y productos vectoriales	36,955	55,000
	Covarianza	1760	2619
	N	22	22
INGRESODEL PRODUCTOR	Correlacion de Pearson	,522*	1
	Sig. (bilateral)	,013	
	Suma de cuadros y productos vectoriales	55,000	300,000
	Covarianza	2,619	14,286
	N	22	22

*. La correlacion es significativa en el nivel 0,05 (2 colas)

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el coeficiente de Pearson es de 0.522 el cual de acuerdo a la tabla 29, nos permite detectar entre dichas variables la

presencia de una correlación positiva moderada, lo que a su vez podemos interpretar como que el volumen de la venta de cacao incide de manera positiva en los ingresos de los productores del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.

4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados resumidos en las tablas y figuras anteriores permiten tener un argumento científico obtenido en base a estudios y análisis de una muestra que fue obtenida un criterio de conveniencia para la investigadora, sin embargo lo ideal hubiera sido poder contar con una muestra aleatoria tal como en el trabajo de Arbildo y Robles (2018) que analizaron la contribución económica de la producción agrícola de cacao al PBI regional agropecuario de Ucayali durante los años 2000 – 2015. Entre sus hallazgos se destaca el hecho de que cuando correlacionaron las toneladas comercializadas con los ingresos de los productores, hallaron un coeficiente de Pearson de 0.748, lo que contrasta con el 0.421 obtenido en el presente estudio, diferencia que podría explicarse por el tipo de muestra con que se ha trabajado y por el alcance geográfico que abarcó a toda la región, existiendo naturalmente importantes diferencias entre los niveles de producción y comercialización con distritos como Irazola o Neshuya.

En lo referente a la influencia que tienen los medios de transporte sobre los ingresos de los productores de cacao, Gurumendi (2018) encontró que en la provincia de Los Ríos – Guayaquil, las carreteras para uso agrícola están seriamente deterioradas por una serie de factores pero especialmente debido a las agrestes condiciones climáticas de sol y lluvias

excesivas, por lo que el transporte de la producción de cacao es bastante complicada y se reduce sólo a algunos vehículos que pueden ser utilizados para estos fines. Este hallazgo se asemeja a lo que encontró la investigadora, coincidiendo totalmente en lo referente a los vehículos que se utilizan, pero difiere en el nivel de importancia que estos tienen sobre la obtención de ingresos. Un coeficiente de Pearson tan reducido (r = 0.209) como el que se obtuvo en el análisis de la Hipótesis Específica 1 podría estar reflejando algún sesgo en el momento de realizar la encuesta por parte de los productores que muchas veces tienen temor en admitir que poseen algún vehículo moderno creyendo que el hecho de que esto se conozca les acarreará algún tipo de impuesto adicional o de estar expuestos ante la delincuencia.

Asimismo, respecto a la Hipótesis Específica 2, se obtuvo un coeficiente de Pearson de 0.522 que si bien es cierto permite establecer que existe una importante relación entre el volumen de venta de cacao y los ingresos de los productores, entendemos que por simple sentido común esa relación es siempre directa y altamente significativa por lo que dicho coeficiente está reflejando algún tipo de deficiencia en el trabajo de campo. Distinto es el caso de López y Quispe (2014) quienes en su estudio realizado en la provincia de Tocache, encuentran que para esas mismas variables el nivel de relación es mucho más elevado, habiendo encontrado un coeficiente de correlación de 0.81 entre los kilogramos vendidos y los ingresos corrientes obtenidos en el estudio hecho a un grupo muestral de 142 productores cacaoteros.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. La comercialización del cacao incide directamente sobre los ingresos de los productores de cacao del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017. Esta afirmación pudo enunciarla la investigadora luego de haberlo corroborado en el mismo lugar de la investigación y habiendo contactado directamente con los productores de cacao seleccionados para la muestra de estudio. La prueba estadística ayudó a reforzar lo que en los hechos ya se había percibido.

2. Los medios de transporte no inciden significativamente sobre los ingresos de los productores de cacao en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017. Si bien es cierto que existe relación entre los medios de transporte y el nivel de sus ingresos, pero para el caso de nuestra muestra de 22 productores cacaoteros, esta relación no es estadísticamente significativa ya que como resultado del análisis estadístico se encontró que existía una correlación positiva baja.

3. El volumen de venta de cacao incide positivamente en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017. Para el caso de la segunda hipótesis específica se encontró entre las variables analizadas una correlación positiva y moderada lo cual le ha permitido a la investigadora tener un fundamento estadístico para poder emitir esta conclusión.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que el Ministerio de Agricultura a través de su Dirección Regional promueva el fortalecimiento de las capacidades mediante capacitaciones y asistencia técnica permanente sobre todo a los pequeños productores que no cuentan con los medios suficientes para acudir a un asesoramiento profesional.

2. También recomendamos que el Gobierno Central adquiera periódicamente un lote importante de producción de cacao de los pequeños y medianos productores para destinarlas al consumo de la población infantil a través de programas sociales de alimentación, a fin de garantizarles un ingreso mínimo que les permita cubrir sus necesidades primarias.

3. Los convenios para facilitar la comercialización con mercados externos es algo primordial para mejorar la situación de la mayoría de productores, por lo que se recomienda que el Gobierno Regional y las Municipalidades tanto provinciales como distritales sean los promotores directos para articular la comunicación entre los productores cacaoteros locales y los demandantes de otros países.

4. A través de las oficinas de asesoría técnica, se recomienda hacer un seguimiento a la producción de los pequeños y medianos productores con el fin de prevenir plagas o situaciones que afecten la rentabilidad de los agricultores.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Álvarez, M. (2016). *Cultivo de cacao en región Ucayali asciende a más de 20,000 hectáreas*. Recuperado de URL: https://andina.pe/agencia/noticia-cultivo-cacao-region-ucayali-asciende-a-mas-20000-hectareas-609323.aspx

Arbildo, H. & Robles, H. (2018). "*Aporte económico de la producción agrícola de cacao en el Departamento de Ucayali 2000 - 2015*". Universidad Nacional de Ucayali, Ucayali Perú. Recuperado de URL: http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/3773/000003418T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Armando, R. (2017). *Dirección General de Políticas Agrarias*. Recuperado el 22 de 10 de 2019, URL: http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/videoconferencias/2017/estudio_cacao_para_iica.pdf

Banda, J. (2016). *Definición de Ingreso*. Recuperado el 23 de octubre del 2019, de URL: https://www.economiasimple.net/glosario/ingreso

Bartra, G, & Crisóstomo, T. (2017). "*Influencia de la producción del cacao en el nivel de vida de los productores cacaoteros del Distrito de Alexander Von Humboldt en el periodo 2012-2016*". Universidad Nacional de Ucayali, Ucayali Perú. Recuperado de URL: http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/3485/000002771Tx.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Campo y Herrera. (2012). *Estudios de mercado, estudio sobre el sector cacaotero*. Colombia: Grupo de Estudios Económicos. Recuperado de URL:

http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8143/1/TESIS%20ING.%20WALKER%20ULLAURI.pdf

Convenio Internacional del Cacao. (2010). Recuperado el 22 de octubre. Recuperado de URL: http://spij.minjus.gob.pe/content/noticia/pdf/CONVENIO%20INTERNACIONAL%20DEL%20CACAO.pdf

Catashunga, M. (2019). "*Evaluación de Insectos Fitófagos en Plantación de Cacao (Theobroma cacao L.), en el Distrito de Fernando Lores - Tamshiyacu 2018*". Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Iquitos Perú. Recuperado de URL: http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6193/Alfredo_Tesis_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dani, C. (2013). *¿Qué es cacao y donde se produce?* Recuperado el 22 de octubre del 2019 de URL: https://www.verema.com/blog/productos-gastronomicos/1129360-que-cacao-donde-produce

García, I. (2017). *Definición de exportación*. Recuperado el 22 de octubre del 2019 de URL: https://www.economiasimple.net/glosario/exportacion.

Guillermo, S. (2018). "*Evaluación económica de dos sistemas de manejo en la productividad y rentabilidad del cultivo de cacao (Theobroma cacao L.), en la provincia de Coronel Portillo y Padre Abad - Región Ucayali - 2015*", Ucayali Perú. Recuperado de URL: http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/3529/000003088T.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Gurumendi, A. (2018). "*La producción y comercialización de cacao con valor agregado en el cantón Vinces, provincia de Los Ríos y su incidencia en la*

matriz productiva del Ecuador. Periodo 2011 – 2016". Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de URL: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28664/1/TRABAJO%20FINAL%20GURUMENDI%20ALARC%C3%93N.pdf

Gordon, G. (2010). "*Industrialización y Comercialización de Cacao en el Canton Manta Provincia de Manabi*". Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de URL: http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6171/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-114.pdf

Hernández, A. & Román, S. (2014). "*Análisis del nivel de producción del cacao y su influencia en el estatus de vida de los pequeños productores del recinto Venecia de Chimbote de la parroquia Roberto Astudillo (milagro)",* Universidad Estatal de Milagro, Ecuador. Recuperado de URL: http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/663/3/AN%C3%81LISIS%20DEL%20NIVEL%20DE%20PRODUCCI%C3%93N%20DEL%20CACAO%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20ESTATUS%20DE%20VIDA%20DE%20LOS%20PEQUE%C3%91OS%20PRODUCTORES%20DEL%20RECINTO%20VENECIA%20DE%20CHIMBO%20DE%20LA%20PARROQUIA%20ROBERTO%20ASTUDILLO%20%28MILAGRO%29.pdf

Hernández, S.; Fernández, C. & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Herrera, L. & Cuzcano, C. (2018). "*Mercado potencial del chocolate orgánico en la ciudad de Pucallpa – Región Ucayali*". Universidad Nacional de Ucayali, Ucayali - Perú. Recuperado de URL:

http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/3528/000003090T.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Hilip, K. & Gary, A. (2017). Definición de Precio. Recuperado el 22 de octubre del 2019 de URL: https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html

Jhanisita. (2012). *Diferencia entre distribución, marketing y comercialización*. Recuperado el 22 de octubre del 2019 de URL: https://jhanisita.blogspot.com/2012/09/diferencia-entre-distribucion-marketing.html

Loayza, L. (2014). **"***Influencia de la frecuencia de remoción, durante la fermentación, en la calidad sensorial del cacao (Theobroma cacao, L.) de Satipo*", Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima Perú. Recuperado de URL: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3877/Loayza_lw.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, C. & Quispe, Q. (2014). "*Propuesta de un modelo de asociación de pequeños productores cacaoteros en el distrito Nuevo Progreso, provincia de Tocache, departamento de San Martín*" Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque Perú. Recuperado de URL: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/86/1/TL_LopezCastilloMoises_QuispeQuispeRonald.pdf

Magap. (2010). *La Denominación de Origen para el Cacao "Arriba" del Ecuador*. La cadena de valor del cacao en el Ecuador: diagnóstico actual. Guayaquil: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, FAO y Calidad y Origen.

Núñez, S. (2017). "*Automatización de los procesos de secado y selección del cacao ecuatoriano conservando las características sensoriales y previniendo riesgos laborales*". Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima Perú. Recuperado de URL: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Nunez_ss.pdf

Padilla, D. (2013). *Asociatividad*. Recuperado el 23 de octubre del 2019 de URL: https://docplayer.es/8400128-Asociatividad-econ-marco-vinelli-ruiz.html

Pinto, R. (2019). "*La gestión de las microempresas del cacao y sus efectos en el comportamiento de las exportaciones en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchillas – Ecuador*". Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima Perú. Recuperado de URL: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/10497/Pinto_rr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quintero, R. (2015). "*Productos básicos agrícolas y desarrollo: producción y comercialización de cacao en Venezuela*", Universidad de la Laguna, Venezuela. Recuperado de URL: http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/41852/td_liliana_q.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rivera & Garcillán. (2002). *¿Qué es un canal de distribución?.* Recuperado el 22 de octubre del 2019 de URL: https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/

Toscano, R. (2017). "*Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos – Ecuador*". Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima Perú. Recuperado de URL:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6536/Toscano_rd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ullauri, A. (2015). "*Análisis del sistema de comercialización del cacao y su incidencia en los ingresos del productor*", Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de URL: http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8143/1/TESIS%20ING.%20WALKER%20ULLAURI.pdf

Vicente, S. (2018). "*Factores que determinan la rentabilidad del cultivo de cacao en el Distrito de Irazola*". Universidad Nacional de Ucayali, Ucayali Perú. Recuperado de URL: http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/3778/000003416T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Wikipedia. (2015). *Distrito de Alexander Von Humboldt*. Recuperado de URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Alexander_von_Humboldt.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: "COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DEL PRODUCTOR EN EL DISTRITO DE ALEXANDER VON HUMBOLDT EN EL AÑO 2017".

<table>
<tr><th>Problema</th><th>Objetivo</th><th>Hipótesis</th><th>Variables</th><th>Dimensiones</th><th>Indicadores</th><th>Metodóloga</th></tr>
<tr><td>Problema general</td><td>Objetivo General</td><td>Hipótesis General</td><td rowspan="5">COMERCIALIZACIÓN DE CACAO</td><td rowspan="2">Precio</td><td rowspan="2">Proceso comercialización (seco o en baba)</td><td>DISEÑO METOLÓGICO</td></tr>
<tr><td rowspan="2">¿En qué medida la comercialización del cacao incide en los Ingresos de los Productores cacaoteros del Distrito de Alexander Von Humboldt en el Año 2017?</td><td rowspan="2">Determinar en qué medida la comercialización del cacao incide en los ingresos de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.</td><td rowspan="2">La comercialización del cacao incide directamente sobre los ingresos de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.</td><td>Diseño: Transeccional correlacional</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Transporte</td><td rowspan="2">Motokar, Jurgón y Camión</td><td>POBLACIÓN Y MUESTRA</td></tr>
<tr><td>Problemas Específicos</td><td>Objetivos Específicos</td><td>Hipótesis Especificas</td><td rowspan="2">¿En qué medida la comercialización del cacao incide en los ingresos de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017?</td></tr>
<tr><td>¿En qué medida inciden los medios de transporte en los ingresos del productor cacaotero en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017?</td><td>Determinar en qué medida inciden los medios de transporte en los ingresos del productor cacaotero en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.</td><td>Los medios de transporte inciden significativamente sobre los ingresos de los productores cacaoteros en el distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.</td><td>Calidad</td><td>Infraestructura (Secado Artesanal e Industrial)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">¿En qué medida incide el volumen de venta de cacao en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017?</td><td rowspan="3">Determinar en qué medida incide el volumen de venta de cacao en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.</td><td rowspan="3">El volumen de venta de cacao incide positivamente en el ingreso del productor cacaotero del distrito de Alexander Von Humboldt en el año 2017.</td><td rowspan="3">INGRESOS DEL PRODUCTOR CACAOTERO</td><td>Ingreso por la Venta del Cacao</td><td>Cantidad de Producción/ Precio</td><td>La muestra fue de 22 productores de cacao con disposición para responder al instrumento de investigación.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Bonificaciones a los Cacaoteros</td><td rowspan="2">Bonificaciones por navidad y Reintegros.</td><td>INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS</td></tr>
<tr><td>Se aplicaran encuetas para lo cual se diseñara un cuestionario para cuantificar las variables de estudio.</td></tr>
</table>

ANEXO 2

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE Cs. ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y Cs.

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

FORMATO DE ENCUESTA

Señor (a): reciba nuestro cordial saludo y al mismo tiempo hacerla llegar, una encuesta, que el propósito de dar una idea clara, sobre la "LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DEL PRODUCTOR EN EL DISTRITO DE ALEXANDER VON HUMBOLDT EN EL AÑO 2017", con la finalidad de conocer la realidad, Responda las siguientes preguntas según crea usted conveniente MARCANDO CON UNA (X):

I. PREGUNTAS

Variable Dependiente: COMERCIALIZACIÓN

1. Cacaoteros encuestados según género

[a-] Masculino [-b-] Femenino

2. Cacaoteros encuestados según su edad

[a-] 18 a 25 años

[b-] 26 a 35 años

[c-] 36 a 45 años

[d-] 46 a más

3. ¿Usted está conforme con el precio que ofrece el mercado?

[a-] SI [-b-] NO

4. ¿Cuántos kilos vende usted al año de cacao?

a- 0 a 500

b- 500 a 1000

c- 1000 a 1500

d- 1500 a 2000

e- 2000 a más

5. ¿A qué precio vende el kilo de cacao?

a- 5 a 6.2

b- 6.2 a 7.2

c- 7.2 a 8.5

d- 8.5 a 9.5

e- 9.5 a más

6. ¿Considera Usted que la calidad del cacao es fundamental para obtener un buen precio en el Mercado?

a- SI -b- NO

7. ¿Qué tipo de variedad vende su cacao?

a- IMC 67

b- MARAÑON 54 y 17

c- EET 228

d- CCN51

e- TSH 5G5

8. ¿Cuáles son los principales problemas de comercialización?

a- Precios Bajos

b- Falta de Compradores

c- Falta de Participación en la asociación

d- Intermediarios

e- Otro

9. ¿Usted está de acuerdo con vender su cacao en baba o seco?

a Baba -b- Seco

10. ¿De parte de quién ha recibido asesoría técnica?

a- DEVIDA

b- Municipalidad

c- MINAGRI

d- Gobierno Regional

e- Otro

11. ¿Usted ha recibido asesoría técnica para mejorar la venta de su cacao, por parte del Estado?

a- SI -b- NO

12. ¿Con qué medios de transporte saca su cacao al mercado?

a- Camión

b- Motokar Furgón

c- Caballo

d- Cargando

e- otros

13. ¿Considera que la carretera es la adecuada para transportar su producto?

a- Muy bueno

b- Bueno

c- Regular

d- Malo

e- Muy malo

14. ¿Posee infraestructura adecuada para completar el ciclo de producción y comercialización del cacao?

a- SI -b- NO

15. ¿Cómo seca el cacao?

a- A la intemperie

b- Secadora

c- Ninguna

d- Markesina-maquina

16. ¿Qué tipo de beneficios ha recibido por parte de los comerciantes (Empresas)?

a- Capacitación, Asistencia Técnica y Pasantías

b- Mejora su producción e ingresos económicos

c- Tener acceso a créditos

d- Tener acceso a tecnologías del estado

e- Otro

Variable Independiente: INGRESO

17. ¿A quién vende su cacao?

a- COPASA

b- Colpa de Loros

c- Intermediarios

d- Amazonas

e- Otro

18. ¿Cacaoteros encuestados, según rango de ingreso por mes, en soles?

a- 0 a 500

b- 500 a 1000

c- 1000 a 1500

d- 1500 a 2000

e- 2000 a más

19. ¿Qué mejoras hace usted con la venta de su cacao?

a- Ampliación de Has de Cacao

b- Ampliación de Pasto y Otros

c- Remodelación de su casa

d- Compra su movilidad

e- Inversión en otras actividades

20. ¿Usted ahorra su dinero de la venta de su cacao?

a- SI -b- NO

21. ¿Usted recibe bonificaciones por la venta de su cacao?

a- Reintegros por Kilo de cacao

b- Gratificaciones por fiestas patrias y navidad

c Otros

22. ¿Cuáles son las condiciones que los comerciantes imponen para comprar el cacao?

a- Impurezas

b- % Humedad

c Variedad

d- Precio

ANEXO 3

TABLA DE RESPUESTAS DE LAS ENCUESTAS

	NUMERO DE PREGUNTAS																					
	ID	COMERCIALIZACION X																INGRESO DEL PRODUCTOR Y					
		PRECIO								TRANSPORTE					CALIDAD			VENTA DE CACAO				BONIFI.	
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22
NUMERO DE ENCUESTAS	1	2	3	1	4	4	2	2	5	2	1	1	4	2	2	3	5	5	2	5	1	3	4
	2	1	2	1	2	4	2	2	2	2	5	1	5	3	1	4	3	3	3	5	1	1	3
	3	2	2	1	4	4	2	2	2	1	4	1	5	3	2	2	2	3	4	5	2	3	4
	4	2	3	1	4	4	2	5	2	2	5	1	4	3	1	4	4	3	4	5	1	2	3
	5	1	1	2	5	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	4	5	4	2	4	1	1	4
	6	2	3	1	1	3	2	2	5	2	2	1	3	2	2	3	2	3	3	3	1	3	3
	7	2	2	1	4	4	2	2	3	1	2	1	3	4	2	3	3	3	2	5	1	1	4
	8	1	2	1	2	4	2	2	4	1	1	1	5	2	1	4	2	2	2	5	1	3	2
	9	2	3	1	4	4	1	5	5	2	5	1	5	3	2	2	3	3	4	5	2	3	3
	10	2	1	2	4	3	2	3	2	2	4	1	4	3	2	4	3	5	2	5	1	2	4
	11	1	3	1	5	4	2	2	2	2	5	1	4	3	2	4	2	3	3	4	1	1	2
	12	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	4	2	2	2	5	4	3	3	1	1	3
	13	2	2	1	4	4	2	2	2	1	2	2	3	2	1	4	2	2	4	5	1	3	2
	14	1	3	1	2	4	2	5	5	2	2	1	4	4	2	3	4	3	4	5	1	1	4
	15	2	1	2	4	4	2	3	3	2	1	1	5	2	2	3	3	3	2	5	2	3	3
	16	2	3	1	4	4	2	2	4	1	5	1	4	1	1	3	5	5	3	5	1	2	2
	17	1	2	1	5	3	2	2	5	2	4	2	2	3	2	2	2	4	3	4	2	3	3
	18	2	2	1	1	4	2	2	2	2	5	1	4	1	2	3	3	3	4	3	1	1	4
	19	2	3	1	3	4	1	5	2	2	2	1	4	2	1	4	3	3	1	5	1	1	1
	20	2	1	2	3	2	2	3	2	1	2	2	4	2	2	1	5	3	4	5	1	1	4
	21	2	1	1	2	4	2	2	2	2	2	1	2	4	2	4	4	3	4	5	1	1	3
	22	2	2	1	1	4	2	2	2	2	5	1	4	1	2	3	3	3	4	3	1	1	4

ANEXO 4

TABLA DE REGRESIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación estándar	N
COMERCIALIZACION	40,00	3,780	22
INGRESOS	13,91	1,823	22

Correlaciones[a]

		COMERCIALIZACION	INGRESOS
COMERCIALIZACION	Correlación de Pearson	1	,421
	Sig. (bilateral)		,051
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	300,000	61,000
	Covarianza	14,286	2,905
INGRESOS	Correlación de Pearson	,421	1
	Sig. (bilateral)	,051	
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	61,000	69,818
	Covarianza	2,905	3,325

ANEXO 5

TABLA DE REGRESIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación estándar	N
TRANSPORTE1	6,36	1,093	22
INGRESOS	13,91	1,823	22

Correlaciones

		TRANSPORTE1	INGRESOS
TRANSPORTE1	Correlación de Pearson	1	,209
	Sig. (bilateral)		,352
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	25,091	8,727
	Covarianza	1,195	,416
	N	22	22
INGRESOS	Correlación de Pearson	,209	1
	Sig. (bilateral)	,352	
	Suma de cuadrados y productos vectoriales	8,727	69,818
	Covarianza	,416	3,325
	N	22	22

ANEXO 6

TABLA DE REGRESIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

Estadisticos descriptivos

	Media	Desviacion estandar	N
VENTA1	12,045	1,3266	22
INGRESODEL PRODUCTOR	40,00	3,780	22

Correlaciones

		VENTA1	INGRESODEL PRODUCTOR
VENTA1	Correlacion de Pearson	1	,522*
	Sig. (bilateral)		,013
	Suma de cuadros y productos vectoriales	36,955	55,000
	Covarianza	1760	2619
	N	22	22
INGRESODEL PRODUCTOR	Correlacion de Pearson	,522*	1
	Sig. (bilateral)	,013	
	Suma de cuadros y productos vectoriales	55,000	300,000
	Covarianza	2,619	14,286
	N	22	22

*. La correlacion es significativa en el nivel 0,05 (2 colas)

ANEXO 7

VALOR ASIGNADO A LAS RESPUESTAS OBTENIDAS

Las preguntas tuvieron la siguiente clasificación, dando como valor final la suma de todas las alternativas marcadas por el encuestado:

Valor	Edad
4	18 a 25 años
3	26 a 35 años
2	36 a 45 años
1	46 a mas

Valor	Kilo de cacao
5	0 a 500
4	500 a 1000
3	1000 a 1500
2	1500 a 2000
1	2000 a mas

Valor	Precio del cacao
5	5 a 6.2
4	6.2 a 7.2
3	7.2 a 8.5
2	8.5 a 9.5
1	9.5 a mas

Valor	Variedad
5	IMC 67
4	MARAÑON 54 y 17
3	EET 228
2	CCN51
1	TSH 5G5

Valor	Como seca
4	A la interperie
3	Secadora
2	Ninguna
1	Markesina- Maquina

Valor	Problemas Comercialización
5	Precios Bajos
4	Falta de Compradores
3	Falta de Participación en la asociación
2	Intermediarios
1	Otros

Valor	Asesoría Técnica
5	DEVIDA
4	Municipalidad
3	MINAGRI
2	Gobierno Regional
1	Otros

Valor	Transporte
5	Camión
4	Motokar furgón
3	Caballo
2	Cargando
1	Otros

Valor	Beneficios
5	Capacitación, Asistencia Técnica y Pasantías
4	Mejora su producción e ingresos económicos
3	Tener acceso a créditos
2	Tener acceso a tecnologías del estado
1	Otros

Valor	A quién vende
5	COPASA
4	Colpa de Loros
3	Intermediarios
2	Amazonas
1	Otros

Valor	Rango de Ingreso
5	0 a 500
4	500 a 1000
3	1000 a 1500
2	1500 a 2000
1	2000 a mas

Valor	Bonificaciones
3	Reintegros por Kilo de cacao
2	Gratificaciones por fiestas patrias y navidad
3	Otros

Valor	Imposición al comprar
1	Impurezas
2	% Humedad
3	Variedad
4	Precio

Preguntas clasificadas mediante la escala Likert:

PREGUNTA
13

MUY BUENO	5
BUENO	4
REGULAR	3
MALO	2
MUY MALO	1

Preguntas dicotómicas, con sus respectivos valores numéricos:

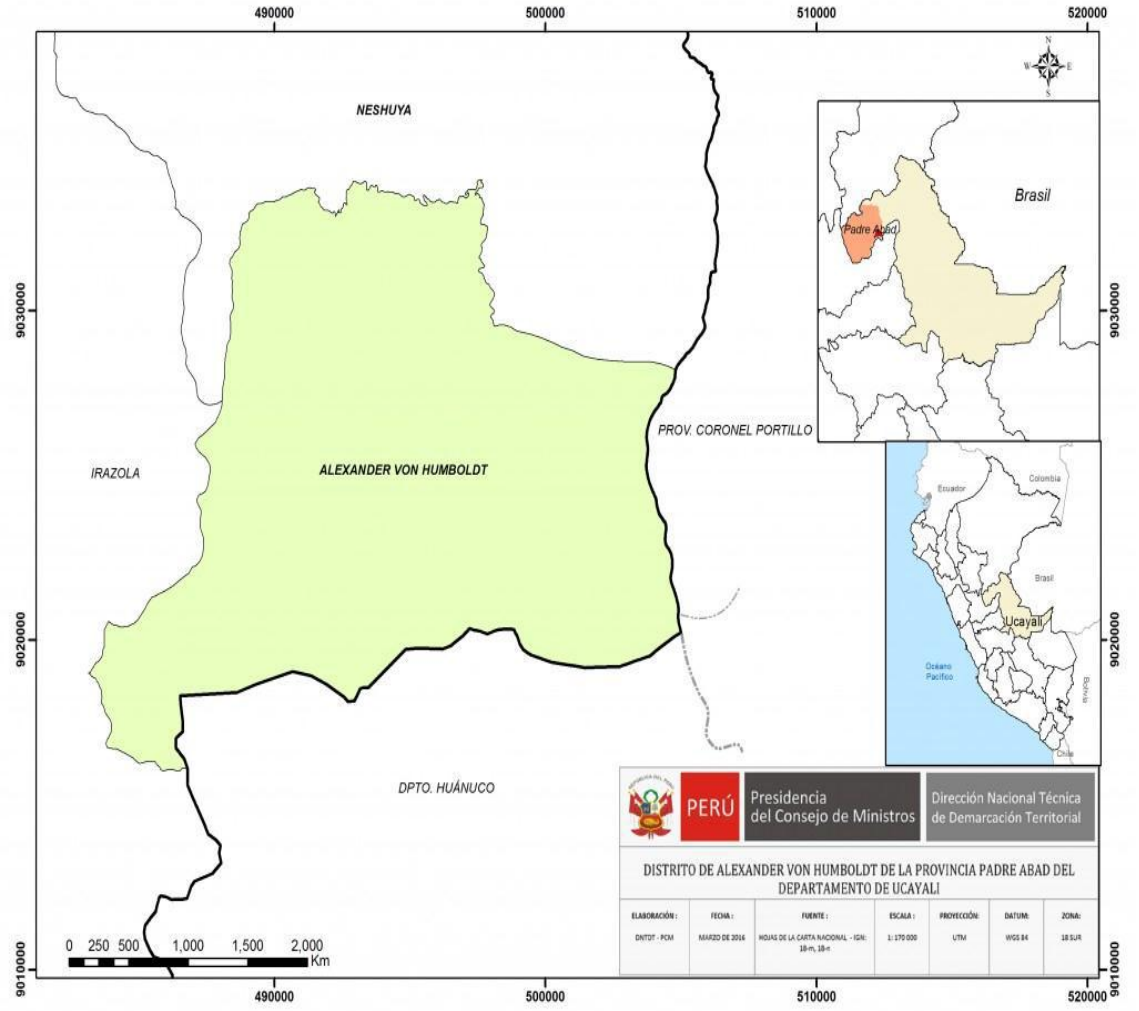
PREGUNTAS	
3	11
6	14
9	20

SI	2
NO	1

Valor	Mejoras
5	Ampliación de Has de Cacao
4	Ampliación de Pasto y Otros
3	Remodelación de su casa
2	Compra su movilidad
1	Inversión en otras actividades

ANEXO 8

UBICACIÓN POLÍTICA DEL DISTRITO DE ALEXANDER VON HUMBOLDT



FUENTE: WWW.GOOGLE MAPS

ANEXO 9

MEDIOS DE TRANSPORTE



MOTOFURGÓN



FURGÓN



MOTOKAR



MOTO LENEAL



UNIMOG

ANEXO 10

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



Visita al centro de acopio de Corpac de Loro en el caserío Asunción de la Aguaytio.



Visita de Campo en el Caserío Mishquillacu.