



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**“INFLUENCIA DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CITRICOS
EN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN EL CENTRO POBLADO DE
QUESQUENTO DISTRITO DE QUELLOUNO PROVINCIA DE LA CONVENCION
– CUSCO 2019 - 2020”**

Presentado por:

Bach. Gamio Gomez Yojarlin

Bach. Salizar Arias Jorgan

Para optar al Título Profesional de Economista

Asesor: Mgt. Wilberth Castillo Mamani.

CUSCO – PERÚ

2022



Agradecimientos

Agradecer a dios por darnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestro estudio, ser el apoyo y fortaleza en los momentos de dificultad y de debilidad.

Agradecemos a la escuela profesional de la universidad andina del cusco por darme la oportunidad de superarme profesionalmente

Al econ, Wilberth castillo Mamani, por sus valiosos aportes, por su paciencia y orientación permanente como asesor en la concretización del presente trabajo de investigación

A todos los docentes quienes con su valiosos conocimiento y aportes contribuyeron en mi formación profesional.

Los autores



Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mi madre Noemí a quien admiro por su integridad personal y apoyo incondicional que siempre me brindó, logrando que fuera posible el desarrollo de este trabajo, En memoria a mi querida mamá Teo por ser ejemplo en vida de fe, fortaleza y honradez. (Salizar Arias Jorgan)

Este trabajo está dedicado a mi madre y a mi padre, por la constante motivación, con esas palabras, que llenaron de confianza y así realizar mis sueños. A mi hermana Mary, y Alejandro, quienes me alientan y acompañan a seguir desarrollándome para ser un ejemplo de hermano menor hacia ellos. (Gamio Gómez Yojarin)



Nombres y apellidos del jurado de la tesis y del asesor

DICTAMINATES: Mgt Ignacio Ramiro Flórez lucana

Mgt Rocío Paullo Tisoc

REPLICANTES: Dra. Jeny Lady Fuentes Gamboa

Mgt Jessica Farfan Rodríguez

ASESOR: Mgt. Wilberth Castillo Mamani



Índice de contenido

Agradecimientos	i
Dedicatoria.....	ii
Nombres y apellidos del jurado de la tesis y del asesor.....	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	viii
Índice de gráficos.....	x
Índice de apéndice	¡Error! Marcador no definido.
Resumen.....	xii
Abstract	xiii
Introducción	xiv

Capítulo I: Introducción

1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problemas específicos	4
1.3. Justificación.....	4
1.3.1. Conveniencia.....	4
1.3.2. Relevancia social.....	5
1.3.3. Implicancia práctica	5
1.3.4. Valor teórico.....	5
1.3.5. Utilidad metodológica.....	5
1.4. Objetivos de la Investigación	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos	6



1.5.	Delimitación del estudio	6
1.5.1.	Delimitación espacial	6
1.5.2.	Delimitación temporal.....	6

Capítulo II: Marco Teórico

2.1.	Antecedentes de la investigación	7
2.1.1.	Antecedentes internacionales	7
2.1.2.	Antecedentes nacionales	11
2.1.3.	Antecedentes Locales.....	13
2.2	Bases Legales	15
2.3.	Bases Teóricas.....	16
2.3.1.	Teoría del desarrollo económico local	16
2.3.2.	Teoría de la economía campesina o agrícola	16
2.3.3.	Teoría de oferta y demanda.....	17
2.3.4.	Teoría del valor- trabajo.....	23
2.3.5.	Teorías de producción	24
2.3.6.	Teoría de los ingresos.....	29
2.3.7.	Comercialización.....	30
2.3.8.	La competitividad.....	38
2.3.9.	Cadena de abastecimiento producción	39
2.3.10.	La capacitación en la transformación del agro andino.....	41
2.3.11.	Actividades económicas en la Provincia de la Convención.....	43
2.3.12.	Producción De Cítricos	44
2.4.	Marco conceptual	47
2.5.	Hipótesis.....	48
2.5.1.	Hipótesis general.....	48



2.5.2. Hipótesis específicas	48
2.6. Variables e indicadores	49
2.6.1. Identificación de variables	49
2.6.2. Operacionalización de variables	1

Capitulo III: Método

3.1. Alcance del estudio	2
3.2. Diseño de investigación	2
3.3. Población.....	2
3.4. Muestra.....	2
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	3
3.6. Validez y confiabilidad de instrumentos.....	3
3.7. Plan de análisis de datos.....	4

Capitulo IV: Diagnóstico del centro poblado de Quesquento

4.1. Aspectos territoriales y climáticos	5
4.1.1. Ubicación de la zona de estudio	5
4.1.2. Ubicación del área de influencia	6
4.1.3. Clima.....	6
4.1.4. Temperatura	7
4.1.5. Vías de Comunicación	7
4.1.6. Hidrografía	7

Capítulo V: Resultados de la investigación

5.1. Resultados respecto a los objetivos específicos	9
5.1.1. Objetivo específico 1.....	10
5.1.2. Objetivo específico 2.....	25
5.1.3. Objetivo específico 3.....	30



5.2.	Resultados respecto al objetivo general	35
5.2.1.	Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach	35
5.2.2.	Contrastación de hipótesis	36

Capítulo VI: Discusión

6.1.	Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.....	39
6.2.	Limitaciones del estudio	41
6.3.	Comparación crítica con la literatura existente	41
6.4.	Implicancias del estudio	47

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
--------------------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	51
--------------------	----

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	58
--	----

MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	65
-----------------------------	----

PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN DE PRUEBAS ESTADÍSTICAS.....	66
---	----



Índice de tablas

Tabla 1 <i>Factores que determinan precios</i>	22
Tabla 2 <i>Clasificación de los procesos de producción</i>	27
Tabla 3 <i>Funciones del mercado</i>	31
Tabla 4 <i>Producción de cítricos a nivel mundial (miles de toneladas)</i>	44
Tabla 5 <i>Producción cítricos, Perú 2010-2020 (miles de toneladas)</i>	45
Tabla 6 <i>Producción de cítricos, Cusco 2019-2020 (toneladas)</i>	46
Tabla 7 <i>Producción de cítricos en Quellouno, 2018-2020 (toneladas)</i>	46
Tabla 8 <i>Operacionalización de variables</i>	1
Tabla 9 <i>Número de beneficiarios</i>	6
Tabla 10 <i>Producción cítricos Quesquento, 2019-2020 (toneladas)</i>	20
Tabla 11 <i>Precio de venta de cítricos por Kg, 2019-2020, Quesquento (soles)</i>	22
Tabla 19 <i>Correlación producción de cítricos e ingresos de productores Quesquento.</i>	24
Tabla 12 <i>Destino de producción de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)</i>	25
Tabla 13 <i>Frecuencia de comercialización de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)</i>	26
Tabla 14 <i>Canales de comercialización, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)</i>	28
Tabla 20 <i>Correlación de la comercialización de cítricos e ingresos de productores Quesquento</i>	29
Tabla 15 <i>Ingreso mensual familiar, 2019-2020, Quesquento (S/) (porcentaje)</i>	30
Tabla 21 <i>Los ingresos económicos de los productores de cítricos (porcentaje)</i>	33
Tabla 16 <i>Criterios para evaluar la confiabilidad de las preguntas o ítems “Coeficiente Alfa de Cronbach (α)”</i>	36
Tabla 17 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	36



Tabla 18 *Correlación producción y comercialización de cítricos e ingresos de productores*

Quesquento37



Índice de gráficos

Figura 1 <i>Curva de Oferta</i>	18
Figura 2 <i>Curva de Demanda</i>	19
Figura 3 <i>Punto de Equilibrio</i>	21
Figura 4 <i>Producción de cítricos a nivel mundial (miles de toneladas)</i>	44
Figura 5 <i>Producción cítricos, Perú 2010-2020 (miles de toneladas)</i>	45
Figura 6 <i>Producción de cítricos, Cusco 2019-2020 (toneladas)</i>	46
Figura 7 <i>Mapa del distrito de Quellouno y el centro poblado de Quesquento</i>	6
Figura 8 <i>Género productores de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	9
Figura 9 <i>Edad, productores de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	9
Figura 10 <i>Estado Civil, productores de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	10
Figura 11 <i>Hectáreas dedicadas al cultivo de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	10
Figura 12 <i>Hectáreas dedicadas al cultivo de cítricos por fruto, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	11
Figura 13 <i>Tipo de semillas, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	12
Figura 14 <i>Lugar de compra de las semillas, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	13
Figura 15 <i>Uso de abono, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	13
Figura 16 <i>Tipo de abono utilizado, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	14
Figura 17 <i>Tipo de riego, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	14
Figura 18 <i>Tipo de tecnología, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	15
Figura 19 <i>Asociatividad, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	16
Figura 20 <i>Asistencia técnica, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	17
Figura 21 <i>Institución que brindó asistencia técnica en el sistema de riego, 2019-2020 (porcentaje)</i>	17
Figura 22 <i>Duración del apoyo, 2019-2020 (porcentaje)</i>	18



Figura 23 <i>Requerimiento de mano de obra, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	19
Figura 24 <i>Acceso a crédito, Quesquento, 2020(porcentaje)</i>	19
Figura 25 <i>Producción cítricos Quesquento, 2019-2020 (toneladas)</i>	20
Figura 26 <i>Rendimiento de cítricos, Quesquento, 2020 (Tn/Ha)</i>	21
Figura 27 <i>Costos de producción por hectárea, 2020 (S/)</i>	22
Figura 28 <i>Precio de venta de cítricos por Kg, 2019-2020 (soles)</i>	23
Figura 29 <i>Destinos de la producción de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)</i>	25
Figura 30 <i>Frecuencia de Comercialización de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)</i>	27
Figura 31 <i>Canales de comercialización, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)</i>	28
Figura 32 <i>Ingreso promedio mensual por venta de cítricos, 2019-2020, Quesquento (S/)</i> <i>(porcentaje)</i>	30
Figura 33 <i>Nivel de educación productores de Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	31
Figura 34 <i>Acceso a salud productores de Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	32
Figura 35 <i>Tipo de vivienda, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	32
Figura 36 <i>Acceso a servicios básicos, Quesquento, 2020 (porcentaje)</i>	33
Figura 37 <i>Los ingresos económicos de los productores de cítricos (porcentaje)</i>	34



Resumen

La presente investigación titulada “Influencia de la producción y comercialización de cítricos en los ingresos de los productores en el centro poblado de Quesquento distrito de Quellouno provincia de La Convención – Cusco 2019 – 2020” tuvo como objetivo determinar de qué manera el proceso de producción y comercialización de cítricos influyen en los ingresos económicos de los productores en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.

Para ello, se utilizó una investigación de tipo básica, enfoque cuantitativo, alcance descriptivo-explicativo, diseño no experimental. La población y muestra la conformaron 66 familias de productores de cítricos del centro poblado de Quesquento. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, entrevista y observación con sus respectivos instrumentos el cuestionario, guía de entrevista y guía de información.

Los resultados demostraron que existe relación significativa entre la producción y comercialización de cítricos y el ingreso de los productores de cítricos, con un p valor de 0.00, menor a 0.05 y con un coeficiente de correlación de 0.770, lo cual implica una relación positiva y alta entre las variables.

La conclusión principal fue que el proceso de producción y comercialización de cítricos influye positiva y significativamente en los ingresos económicos de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019-2020, ante mejoras en la producción y comercialización de cítricos, se registran también mejoras en los ingresos de productores de Quesquento.

Palabras clave: producción, comercialización, cítricos, ingresos de productores



Abstract

The present investigation entitled "Influence of the production and commercialization of citrus fruits in the income of the producers in the populated center of Quesquento district of Quellouno province of La Convención - Cusco 2019 - 2020" had as objective to determine how the process of production and citrus marketing influence the economic income of producers in the town of Quesquento, 2019 - 2020.

For this, a basic type research, quantitative approach, descriptive-explanatory scope, non-experimental design was used. The population and sample were made up of 66 families of citrus producers from the town center of Quesquento. The data collection technique was the survey, interview and observation with their respective instruments, the questionnaire, interview guide and information guide.

The results showed that there is a significant relationship between the production and marketing of citrus and the income of citrus producers, with a p value of 0.00, less than 0.05 and with a correlation coefficient of 0.770, which implies a positive and high relationship. between the variables.

The main conclusion was that the citrus production and marketing process positively and significantly influences the economic income of the producers of the town of Quesquento, 2019-2020, given improvements in the production and marketing of citrus, there are also improvements in the income of Quesquento producers.

Keywords: production, marketing, citrus, producer income



Introducción

La producción y comercialización de cítricos es una actividad recurrente en el país y a nivel regional en Cusco, constituye uno de los principales productos agrícolas generados. Sin embargo, se registra deficiencias en el adecuado manejo de la producción y comercio de estas, es así que la tecnología se considera fundamental para obtener productos de calidad y reducir costos, de igual modo, la distribución del producto requiere de mecanismos óptimos, relaciones adecuadas con los mercados locales, regionales y nacionales. Todo lo mencionado repercute en el ingreso de los productores, quienes ante la poca tecnificación y masificación de sus productos reciben bajos ingresos, afectando su calidad de vida.

El presente estudio tiene como objetivo determinar de qué manera el proceso de producción y comercialización de cítricos influyen en los ingresos económicos de los productores en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020. Para lo cual, la investigación se estructura de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se desarrolla la Introducción, presentando el planteamiento del problema, exponiendo la realidad problemática y formulando las preguntas de investigación, la justificación, los objetivos y la delimitación espacial y temporal de esta.

En el Capítulo II, se presente el Marco Teórico en el cual se especifican los antecedentes del estudio, las bases legales, las bases teóricas y el marco conceptual en el que se enmarca la investigación. Asimismo, se plantean las hipótesis de estudio, dando a conocer las variables y su operacionalización.

En el Capítulo III, se expone la Metodología de la Investigación, identificando los métodos de investigación, el tipo, alcance y diseño del estudio, además, se exhibe la población y muestra de estudio, las técnicas e instrumentos a emplear y el plan de análisis de datos.



En el Capítulo IV, se realiza el Diagnóstico del Centro Poblado de Quesquento, dando a conocer los aspectos territoriales de la zona, así como las características físicas del centro poblado para contextualizar la investigación.

En el Capítulo V, se presentan los Resultados de la Investigación, realizando un análisis descriptivo e inferencial de las variables para responder a los objetivos planteados en la investigación.

En el Capítulo VI, se desarrolla la Discusión, la cual engloba la descripción de los hallazgos principales del estudio, la comparación de los resultados con la literatura existente y las limitaciones del estudio.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación en función a los resultados obtenidos



Capítulo I: Introducción

1.1. Planteamiento del problema

La producción y comercialización de cítricos es una actividad de suma relevancia dentro de la agricultura, en primer lugar, porque se trata de productos con una alta demanda a nivel mundial y, en segundo lugar, porque concentra como mano de obra a gran parte de la población, representando el sustento económico de muchas familias; pese a ello, en algunos países, es aún una actividad relegada, especialmente en unidades productivas pequeñas.

A nivel mundial en 2020 la producción de cítricos alcanzó los 98 millones de toneladas, en relación al 2019, se registró una contracción del 13% en la producción de cítricos, debido entre otros factores a que la superficie agrícola destinada a este cultivo se redujo en 40%. La producción mundial de naranjas en 2019 fue de 49 millones de toneladas y en 2020 llegó a 49,3 millones de toneladas, siendo Brasil el primer productor mundial con 37%, seguido de China con 13,3% y la UE con 12%. La producción de mandarinas fue de 31,9 y 33 millones de toneladas en 2019 y 2020, respectivamente, siendo principales productores China con 69% y la UE con 11%. La producción de toronjas fue de 6,7 y 6,8 millones de toneladas en 2019 y 2020, respectivamente; y la producción de limones y limas fue de 8,4 millones de toneladas en 2019 y 8,3 en 2020, siendo principales productores México con 31%, Argentina con 19,4% y la Unión Europea con 19,4% (United States Department of Agriculture [USDA], 2021).

En Perú, según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021), la producción y comercialización de cítricos mantuvo una tendencia creciente, llegando en 2020 a 1,470,426 toneladas, el 38% correspondió a la producción de naranja, el 36% a mandarinas, 20% a limones y 6% a toronjas. El departamento de Lima es el principal productor de mandarinas (46%), seguido de Ica (34%) y Junín (11%). La producción de naranjas se concentra en Junín (54%), seguido por San Martín (14%), Lima (7%), Puno (5%) y Cusco (4%) de participación. Para finales de 2020, se registró un incremento de la producción de cítricos, la producción de



naranja aumentó en 14.98% alcanzando los 238,3 miles de toneladas, la producción de mandarina en 11.32% llegando a 379,7 miles de toneladas y la de limón en 36.27% registrando 131,1 miles de toneladas (Instituto Nacional de Estadística [INEI], 2021).

A nivel regional, Cusco tuvo una producción de 1,440 toneladas de limón, 1,690 de mandarina y 18,274 de naranja (INEI, 2019). Entre 2019 y 2020, la producción de naranja registró un incremento de 18,480 toneladas a 21,430 toneladas; la producción de mandarina se contrajo de 870 toneladas a 828 toneladas y la producción de limón mostró un leve incremento de 1,242 a 1,257 toneladas (MIDAGRI, 2021). Sin embargo, se evidenciaron dificultades en las cadenas productivas, asimismo, la comercialización se vio perjudicada por la carencia de infraestructura de transporte adecuada y las medidas restrictivas impuestas por la crisis sanitaria.

Dentro de la región de Cusco, uno de los principales exponentes de la producción de cítricos es la provincia de La Convención que se caracteriza por la producción de cultivos tradicionales como café, té, cacao y maíz amarillo y una gran diversidad de frutales, estos configuran la principal fuente de ingresos económicos de los pobladores. La población del distrito de Quellouno es de vocación agrícola, en Quellouno, los principales cultivos son el café, cacao, achiote, maíz, plátano, yuca y cítricos. El tamaño o superficie promedio de los terrenos o parcelas familiares es de aproximadamente entre 2 y 15 hectáreas (Municipalidad Distrital de Quellouno, 2019).

En ese contexto, se tiene al Centro Poblado de Quesquento. La actividad agrícola se desarrolla de manera tradicional, extensiva tipo huerto, no se utiliza semillas plantones mejoradas con frecuencia, sustentándose en el beneficio del suelo y la diversidad de los microclimas naturales propias de la zona. En los últimos años la producción de cultivos de exportación ya no es rentable debido a los bajos precios, por lo que los productores optan por diversificar su producción, siendo una de sus opciones de cultivo más frecuentes los cítricos,



144.90 hectáreas de terreno son dedicados al cultivo frutícola, siendo el 41.38% destinado a la producción de naranja valenciana, el 33.10% a la producción de naranja huando, y, en menor porcentaje, a la producción de lima, mandarina, limón, etc. con el 8.80% (Municipalidad Distrital de Quellouno, 2019).

Los productores de cítricos de Quesquento obtienen bajos rendimientos por hectárea en la producción de cítricos en comparación con el promedio nacional, lo cual no permite establecer mayores precios a sus productos, limitando la posibilidad de obtener mayor rentabilidad. Además, no existe una articulación adecuada entre los centros de producción y los mercados (local, regional y nacional), debido a que las vías de transporte que existen se encuentran deterioradas, generando mayores costos de transporte de los productos.

En 2017, la línea de pobreza era del 57,6% en La Convención, la pobreza extrema era del 25,0% y el distrito de Quellouno era del 2,44%. La pobreza es del 18,1%. Un indicador de la mala calidad de vida de la población. Por lo tanto, necesitamos promover un enfoque importante para el crecimiento y el desarrollo económico (Municipalidad Distrital de Quellouno, 2019). A causa de la pandemia por el Covid 19, los agricultores del centro poblado de Quesquento que se dedican a la producción de cítricos, tuvieron inconvenientes para comercializar sus productos de manera adecuada debido a las medidas restrictivas que impuso el gobierno nacional, lo que provocó que sus productos no llegasen de manera fluida a los mercados regionales y nacionales, ocasionando que los ingresos económicos obtenidos sean menores.

El centro poblado de Quesquento posee un gran potencial para desarrollar el cultivo de cítricos a una mayor escala y ser competitivo en los mercados regionales y nacionales, considerando los factores favorables con los que cuenta como el suelo, el clima, conocimiento de los productores, entre otros. Sin embargo, de continuar con la problemática expuesta, la producción de cítricos de Quesquento seguirá siendo poco competitiva en los mercados, lo cual



se traducirá en una baja rentabilidad para los productores y un consecuente bajo nivel de ingresos y calidad de vida en los productores de cítricos.

Con base en lo expuesto, se considera pertinente realizar un estudio acerca de la influencia de la producción y comercialización de cítricos en los ingresos de los productores en el centro poblado de Quesquento distrito de Quellouno provincia de La Convención – Cusco 2019 – 2020.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera el proceso de producción y comercialización de cítricos influyen en los ingresos económicos de los productores en el centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera la producción de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020?
- ¿De qué manera la comercialización de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020?
- ¿Cuáles son los ingresos económicos de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020?

1.3. Justificación

1.3.1. Conveniencia

El estudio permite la generación de conocimiento útil para la sociedad, posibilitando fomentar el progreso y desarrollo en las poblaciones rurales y urbanas como consecuencia de la influencia de la globalización tanto en los temas económicos, sociales, políticos, culturales, productivos y en sus ideas intelectuales; sin olvidar o eludir la intervención de las instituciones públicas y privadas.



1.3.2. Relevancia social

Los resultados obtenidos del siguiente trabajo de investigación poseen relevancia social porque facilitan el conocimiento de los procesos productivos en la producción de cítricos y el sistema de comercialización que utilizan los agricultores del centro poblado de Quesquento, además, permite conocer cómo estos ingresos posibilitan alcanzar mejores condiciones de vida a las familias del área de estudio. Asimismo, con el estudio se puede conocer el nivel de importancia en el contexto social y económico, su influencia en la preservación de la biodiversidad, debido a que se tiene como actividad primordial a la agricultura, siendo este su principal fuente de ingreso, que permite la distribución de alimentos para cada unidad familiar.

1.3.3. Implicancia práctica

El siguiente estudio de investigación es de utilidad en la práctica como instrumento y un referente de inicio en el sector agrícola dedicado a la producción y comercialización de cítricos del centro poblado de Quesquento, ya que permite contar con mayores conocimientos para solucionar los problemas hallados y conocer la situación en que se encuentra esta actividad productiva.

1.3.4. Valor teórico

El siguiente trabajo de investigación se efectuó con la finalidad de saber cuáles son los recursos cítricos que se pueden potenciar y proponer técnicas para mejorar la producción y la comercialización de estos productos y de esta manera fortalecer los ingresos de los productores y mejorar la situación de vida de las familias.

1.3.5. Utilidad metodológica

El siguiente estudio fue de tipo descriptivo – explicativo debido a que buscó conocer los motivos por los cuales la producción y comercialización de cítricos son dos elementos que tienen un papel preponderante en las circunstancias sociales y económicas de los productores y sus familias.



1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar de qué manera el proceso de producción y comercialización de cítricos influyen en los ingresos económicos de los productores en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar de qué manera la producción de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020
- Determinar de qué manera la comercialización de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020
- Conocer los ingresos económicos de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.

1.5. Delimitación del estudio

1.5.1. Delimitación espacial

El presente trabajo de investigación se realizó tomando como ámbito geográfico el centro poblado de Quesquento, distrito de Quellouno - provincia de La Convención y su base de producción y comercialización de cítricos.

1.5.2. Delimitación temporal

Es un trabajo de investigación de coyuntura se investigó durante el periodo 2019-2020. La referencia información de producción de cítricos es del año 2019 - 2020, porque se tiene información secundaria y primaria, tanto de la producción y la comercialización de los productos cítricos en el centro poblado de Quesquento.



Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

TEMA: “Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (*Citrus Aurantium*) y su relación con la economía del Cantón la Maná y su zona de influencia, año 2011”

Autor: Días Tipán Martha Marlene.

Tuvo como objetivo identificar los principales problemas que afectan la producción, comercialización y rentabilidad de la naranja. Se empleó un estudio descriptivo, manejando una encuesta dirigida a los productores e intermediarios de naranja. Los resultados demuestran que el 48% de productores mayoristas posee entre 100 y 300 matas de naranjas en sus plantaciones, el 26% produce entre 160,000 y 200,000 unidades de naranjas, el 58% comercializa por cientos de naranja y el 42% por cosecha. El precio asignado por el 55% de productores es de entre \$3 y \$4 el ciento de naranja y el 100% de productores comercia su producto mediante entrega a intermediarios. En cuanto a los productores minoristas, el 39% posee de 50 a 70 matas de naranja, el 33% de productores minoristas producen entre 40,000 y 50,000 unidades de naranja al año, el 74% comercializa su producto por cientos de naranja, el 50% recibe una rentabilidad de entre \$80 y \$100 por cosecha anual, el precio al que el 52% vendieron las naranjas fue de entre \$3 y \$4. El 97% comercia la naranja mediante intermediarios. Finalmente, el 48% de los intermediarios adquieren la naranja al precio de entre \$2 y \$2.5, al año, el 40% comercializa entre 200,000 y 400,000 naranjas, el 40% vende directamente al consumidor final, el 72% pertenece a una asociación.

Por lo tanto, se concluyó que la producción de naranja en el Cantón ha tenido mejores condiciones físicas y climáticas, pero la falta de asesoramiento técnico y la escasa oferta en los mercados influye en que la actividad de producción se desarrolle lentamente pese a la gran



demanda, siendo uno de los productos que inevitablemente existe en cada finca de los productores.

TEMA: “Estudio de la producción de los cítricos en las parroquias de Lita y La Carolina (Corredor Ibarra – San Lorenzo) en el periodo 2009-2012”

Autor: Yadira Dayana Orejuela Cachago; Margoth Lizeth Pardo Bravo.

Tuvo como objetivo realizar un estudio de la situación actual de la producción de los cítricos, en el corredor Ibarra – San Lorenzo principalmente en las parroquias de Lita y La Carolina, Provincia de Imbabura para el planteamiento de propuestas direccionadas al incremento de la productividad y de los ingresos de los productores, se empleó el método deductivo, el estudio será descriptivo. Los resultados muestran que el 76% y 66% de productores de cítricos de la parroquia La Carolina y Lita, respectivamente, es de sexo masculino, el 60% y 49% de productores de la parroquia La Carolina y Lita respectivamente tiene como máximo nivel educativo alcanzado la primaria. El 85% de productores de La Carolina no pertenecen a una asociación, mientras que, el 54% de los productores de Lita sí pertenecen a asociaciones. El 36% de productores posee tierras de entre 5 a 10 hectáreas, el 64% se dedica al cultivo de limón, el 21% al de naranja y el 15% al de mandarina. Se cosecha un total de 114,832 kg de limón, 37,776 kg de naranja y 25,855 kg de mandarina en La Carolina y 351,583 kg de limón, 92,534 kg de naranja y 71,714 kg de mandarina en Lita; el rendimiento por hectárea es, en promedio, 9,253 kg de limón, 13,290 kg de naranja y 11,975 kg de mandarina. Solo el 1% tiene acceso a crédito para financiar sus actividades de producción de cítricos, el 35% recibió asistencia técnica, principalmente de instituciones públicas, referentes en la mayoría de los casos a semillas y prácticas de cultivo, el 78% usa semillas de injerto de limón, el 91% para naranja y 83% para mandarina. El 100% de productores se sirve de las lluvias para el riego de sus plantaciones, el 91% de productores emplea abonos orgánicos y el



37% de productores no contratan mano de obra; por último, se encontró que el costo total de producción de cítricos por hectárea es en promedio \$1,750.29.

En cuanto a la comercialización, el 85% de productores afirma vender su producción en la parroquia, mientras que, un 15% los vende en otro lugar. El 99% de productores vende el limón a través de intermediarios, el 100% vende naranja y mandarina mediante intermediarios. Los ingresos por producción de cítricos representan el 26,27% con \$121.778.50 dólares. El ingreso anual promedio del total de productores investigados es de \$1.861,40 dólares que mensualmente equivale a \$155,12 dólares, esto significa que el ingreso promedio de los productores está por debajo del Salario Básico Unificado.

TEMA: “Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de jugo de naranja que contribuya a la autosostenibilidad económica de los productores agrícolas del municipio de San Pedro Nonualco, departamento de la Paz”.

Autor: García, E. Salvador; Reyes Morales, M. Antonio; Rubio Coreno, N. Beatriz.

Tuvo como objetivo proponer una producción y comercialización factible de jugo de naranja en la zona, el estudio fue de tipo correlacional, las técnicas empleadas fueron la encuesta, entrevista y observación, se realizó encuestas a 86 productores agrícolas y 59 propietarios de negocios. Los resultados mostraron que el 50% de productores tienen una extensión de entre 1 y 3 manzanas, el 39% obtiene una cosecha anual superior a 601,000 naranjas, el 100% de productores agrícolas de la Paz produce naranjas, el 83% mandarina y el 66% limón, el 83% utiliza insecticidas, el 78% abonos granulados químicos y un 45% emplea abono orgánico; además, el 92% afirma que no existe apoyo en el asesoramiento agrícola y comercial y las pocas capacitaciones son brindadas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería. El 79% comercializa su producto a comerciantes independientes y solo un 13% al mercado local, el precio promedio por mil naranjas es entre \$30.00 y \$40.00, el 100% de productores comercia su producto de forma independiente. Finalmente, el 54% de productores



no considera que la producción y comercialización de naranja le permite una sostenibilidad económica para su familia

Los autores concluyen que; se hace necesario la organización de los productores ya que solo el 40% de los productores pertenecen a una asociación; también se hace necesario mejorar la tecnología en la producción ya que el sistema de producción es tradicional y poco productivo, por lo que se hace importante la capacitación en producción, precosecha, cosecha, post cosecha y comercialización esto les permitirá mejorar sus métodos de producción, cosecha y comercialización.

TEMA: La producción y la comercialización del limón persa: una alternativa para el desarrollo de la región bajo mixe, Oaxaca.

Autores: Sheila Canseco Clemente y Víctor Gerónimo Antonio.

En este estudio se parte del supuesto de que el impulso de la producción y la comercialización del limón persa tienen un alto potencial para el desarrollo regional del país y de manera particular para la región Bajo Mixe en el estado de Oaxaca, ya que permite generar empleos e ingresos para el sector rural. Cabe señalar que esta región posee una ventaja comparativa para la producción de cítricos, pues goza de las condiciones climáticas ideales para su cultivo. En este sentido, el objetivo de esta investigación es describir las condiciones socioeconómicas de los productores de limón persa de la región Bajo Mixe, a fin de identificar las fortalezas y los problemas a los que se enfrentan los productores al producir y comercializar su producto y, al mismo tiempo, distinguir qué oportunidades tienen para destacar como una zona citrícola. Los datos utilizados se obtuvieron mediante una entrevista estructurada, aplicada a una muestra aleatoria de productores. Entre los resultados más relevantes del estudio se encuentran los siguientes: la mayoría (85%) de los productores de limón son hombres y la participación de los jóvenes es notable, 27% de ellos tiene alrededor de 20 a 29 años de edad, el 49% de productores tiene educación básica primaria y secundaria, el 97% tiene acceso a luz,



el 88% accede a agua potable y el 26% a drenaje. El 85% de productores tiene extensiones de tierra de entre 0.5 y 10 hectáreas, por lo que se les considera como pequeños productores, asimismo, el 62% emplea intermediarios para la comercialización de sus productos. La producción de este fruto ha permitido solventar sus necesidades básicas de alimento, vestido y tener una vivienda con los servicios básicos. Como principales debilidades sobresalen la falta de organización de los productores y las limitaciones en los procesos de comercialización.

2.1.2. Antecedentes nacionales

TEMA: “Propuesta de un plan de negocio para una plantación de mandarina W. Murcott, en la primera etapa de la irrigación majes, provincia de Caylloma, Región Arequipa – 2018”

Autor: Guido Alfredo Helbert Vásquez Durand

El distrito de Majes cuenta con terrenos agrícolas donde se produce mandarina W. Murcott a un nivel significativo, esta producción de mandarinas W. Murcott está especialmente consignada a las exportaciones principalmente al mercado norteamericano, a responsabilidad de la empresa agrícola Pampa Baja, quien cuenta al presente con aproximadamente 80 hectáreas dispuestas a la producción de la mandarina W. Murcott, el rendimiento promedio es de 50 toneladas métricas.

Teniendo en cuenta que los volúmenes de producción están en el rango de 5,000 Kl. a 50,000 Kl., se hace conveniente que la exportación se tenga conocida efectuar por parte de empresas nacionales especialistas en exportación en condiciones de productoras y acopiadoras, para lo cual ya se efectuaron ciertos contactos y convenios y, en lo que respecta al Marketing Mix, el precio fluctúa entre 1.80 y 1.20 dólares a valor FOB.

En lo que respecta al Plan de Negocio exigirá efectuar una inversión mediana en activos biológicos de origen vegetal para los cuatro años antes a la producción, recalando que también se tendrá que considerar costes para realizar los diferentes estudios técnicos de campo, estos



costos se manifiestan de manera progresiva, de acuerdo a los rendimientos de producción que se tienen considerado 5,000 KI para el primer año, 15,000 KI para el segundo año, 40,000 KI para el tercer año y para alcanzar los 50,000 KI de producción desde el cuarto año. De esta manera se ha logrado establecer que el proyecto es rentable económicamente, En la evaluación Económica y financiera se ha establecido que serán 5 años para la recuperación de la inversión con un VANE de S/. 117,083 anual., de esta manera el proyecto queda listo para su ejecución.

TEMA: La comercialización y su influencia en el desarrollo económico de los productores de naranja en Mariscal Cáceres – 2018

Autores: José Peña Valles y Leonor Hernández Tuesta

En su estudio se encargan de determinar la influencia de la comercialización en el desarrollo económico de los productores de naranja en la provincia de Mariscal Cáceres, 2018. Los resultados de la investigación muestran que, la plaza influye de manera directa en la fuente de crecimiento económico de los productores de naranja de Mariscal Cáceres, 2018; sin embargo, este enfoque es malo ya que en un 59% de productores nunca se toma en cuenta esta dimensión para la comercialización, esto debido a que realizan ventas directas a los consumidores finales y no les beneficia económicamente, además de que no se presentan ventas institucionales y no se realizan estrategias para ganar demanda. Asimismo, determinó que el producto influye directamente en la fuente de crecimiento económico de los productores de naranja de Mariscal Cáceres, 2018; no obstante este enfoque se desarrolló de forma mala ya que el 65% de productores nunca considera el producto para apropiada comercialización, debido a que el empaque no es el adecuado ya que es aplastado uno por otro dentro del camión que será transportado, afectando la calidad de la naranja en la distribución, así mismo de que nunca se está aprovechando el tiempo de campaña de la naranja, además de que no se están utilizando la tecnología adecuada para reducir el personal y aumentar la calidad como es en el caso de los injertos de la naranja. Por consiguiente, se concluyó que, la comercialización de



naranja influye en la variable de crecimiento económico en un 0.759. Evidenciando una influencia positiva considerable entre la variable 1 y la variable 2.

2.1.3. Antecedentes Locales

TEMA: “Prospección de la comercialización de limón sutil (*Citrus Aurantifolia*) en el distrito de Santa Ana”

Autor: Huanca Nihua, María Julia.

El objetivo fue evaluar la situación actual de la comercialización de limón sutil orientado a todos los agentes principales en la compra, venta y producción del producto, para que, con los datos obtenidos de producción actual, prospección de limón sutil, preferencias y precios en los diferentes mercados del Distrito puedan tomar decisiones más acertadas.

La producción actual de limón sutil es de 732,550 unidades con un rendimiento promedio de 8,426 kg/ha de los 24 sectores visitados, entrevistados y encuestados el cual posee una superficie plantada de 7.03 ha de un total de 77.82 ha de cítricos plantados en el Distrito. Asimismo, se observó que la variación de precios se debe a los distintos canales de comercialización, de los cuales se determinaron que existe 5 canales de comercialización (venta en chacra, acopiador, minorista, mayorista y ferias).

Con la investigación se llegó a las siguientes propuestas; es de suma urgencia formar la asociación de los productores de limón sutil del Distrito de Santa Ana y capacitarlos para que puedan tener un mejor poder de negociación al momento de adquirir insumos para la producción de limón sutil y así mismo al momento de la comercialización y negociación de precios de sus productos. También se deben realizar capacitaciones en técnicas en toda la cadena productiva de limón sutil, así mismo sobre costos de producción para que el productor de limón sutil pueda aplicar estos conocimientos de la mejor manera y eficiente en la producción de limón sutil.



TEMA: “Estrategias de comercialización para el posicionamiento de naranja huando de la provincia la Convención, en la ciudad del Cusco 2016”

Autor: Sarita Garay Chalco

En el siguiente estudio de investigación el autor quiere determinar las estrategias de comercialización para el posicionamiento del naranja huando de la provincia la Convención en la ciudad del Cusco 2016.

Se ha logrado conocer la rentabilidad de la producción de naranja dando como resultado que la producción en estudio no proporciona una rentabilidad satisfactoria para el productor. Frente a esta realidad, fue necesario plantear sugerencias de apoyo a los productores de la provincia de La Convención, región Cusco a través de estrategias para lograr una rentabilidad gracias a la comercialización del producto. El 50% de productores emplea recursos de cooperativas para financiar sus actividades de producción y el 40% utiliza dinero propio, el 55% tiene entre 12 y 15 hectáreas de terreno para el cultivo de naranja huando, el 80% recibió capacitaciones, la rentabilidad por cada ciento de naranja es de S/25.00 y el 70% comercializa su producto mediante intermediarios mayoristas, con referencia al precio, de acuerdo con los encuestados de cada productor el 20% de productores venden a 14 soles cada ciento de naranja huando, el 30% a 16 soles, el 10% lo vende a 20 soles y el 40% 25 soles, considerando que la mayoría de los productores vende a 25 soles el ciento tomando en cuenta el canal de distribución productor-mayorista y cliente final, el naranja huando se basa principalmente en la calidad. La calidad del producto es muy importante para cada uno de los consumidores ya que cuenta con los mejores beneficios para la salud; en la promoción se debe realizar actividades mediante promociones de ventas, descuento a los clientes que pagan por anticipado y los que compran con frecuencia; la distribución está basada en la cobertura que le debemos dar del productor que beneficiara al directo comprador y sus clientes finales.



2.2 Bases Legales

A. Lineamientos de Política Nacional

Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública, Ley N° 27293, Ley publicada en el Diario El Peruano, con fecha; 28 de junio del año 2000. Directiva General del SNIP, Aprobada por Resolución Directoral N° 003-2011-EF/6 8.01. De acuerdo a la Ley N° 27293, Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública. conforme lo dispuesto en el numeral 2.2 del artículo 5° del Reglamento del Sistema Nacional de Inversión Pública, aprobado mediante Decreto Supremo N° 102-2007-EF. De acuerdo al Anexo SNIP 01 aprobado por Resolución Directoral N° 0032011-EF/68.01.

B. Lineamientos de Política Sectorial

Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, competencias y funciones específicas de los gobiernos locales Art. 73°, 83° y 86°. Ley N° 28846 para el Fortalecimiento de Cadenas Productivas y Conglomerados, aprobado por la Resolución Directoral N° 005-2008-EF/68.01, publicada en el diario el peruano con fecha 08 de julio del 2008.

C. Lineamientos de los Proyectos Productivos

Según la Ley N° 28846 – Ley para el Fortalecimiento de las Cadenas Productivas y Conglomerados, se define como Cadena Productiva al sistema que agrupa a los actores económicos interrelacionados por el mercado y que participan articuladamente en actividades que generan valor, alrededor de un bien o servicio, en las fases de provisión de insumos, producción, conservación, transformación, industrialización, comercialización y el consumo final en los mercados internos y externos.

Para fines de estos lineamientos se consideran todas las cadenas productivas, previamente priorizadas por su potencial de desarrollo en la zona; en las cuales se haya identificado fallas de mercado que justifiquen la intervención del Estado.



Con la finalidad de concentrar los esfuerzos del Estado a fin de promover el desarrollo de los mercados servicios de apoyo a cadenas productivas, es necesario que se defina qué productos se promoverán en el mediano plazo; sobre esta base se realizará el diagnóstico de la cadena a efectos de identificar las fallas de mercado y definir el PIP o los PIP que resolverán los problemas en el marco de las competencias del Estado.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Teoría del desarrollo económico local

Esta teoría analiza una realidad compleja como lo es el desarrollo de países, regiones y ciudades, haciendo una aproximación territorial del desarrollo. Su finalidad es explicar los procesos de crecimiento y acumulación de capital de una localidad o territorio en particular, los cuales poseen una cultura e instituciones propias (García, 2020).

2.3.2. Teoría de la economía campesina o agrícola

La economía agrícola es una ciencia aplicada de la economía, se aplica a las actividades del sector primario y sus subsectores. Como ciencia aplicada tiene un proceso evolutivo donde se ha determinado su objeto de estudio y su metodología.

Además, es una ciencia social aplicada al sector primario con el propósito de identificar los problemas del sistema económico, la asignación de recursos escasos y plantear teorías y modelos para solucionar el funcionamiento socio económico que permitan a los tomadores de decisiones a mejorar el desarrollo local. Es una preocupación constante de la asociación internacional de economistas agrícola la contaminación del medio ambiente, el cambio climático o efecto invernadero, los índices de pobreza y la búsqueda de un modelo económico de vida más sana, más digna y ecológica. (Zuñiga, 2011, p.4)



2.3.3. Teoría de oferta y demanda

2.3.3.1. La curva de oferta

La oferta está compuesta por los vendedores u oferentes de un bien. Estos oferentes reaccionan de manera predecible frente a cambios en el precio del bien el comportamiento de oferta se basa también en los principios de comportamiento, pues como el bien es escaso, el oferente pide un precio positivo para venderlo. Cuando el precio es bajo solo los productores más eficientes pueden ofertar, pero cuando el precio sube más oferentes entran en el mercado reacción a incentivos porque se hace rentable producir el producto para aquellos productores que tienen mayores costos de oportunidad (Rivera, 2014).

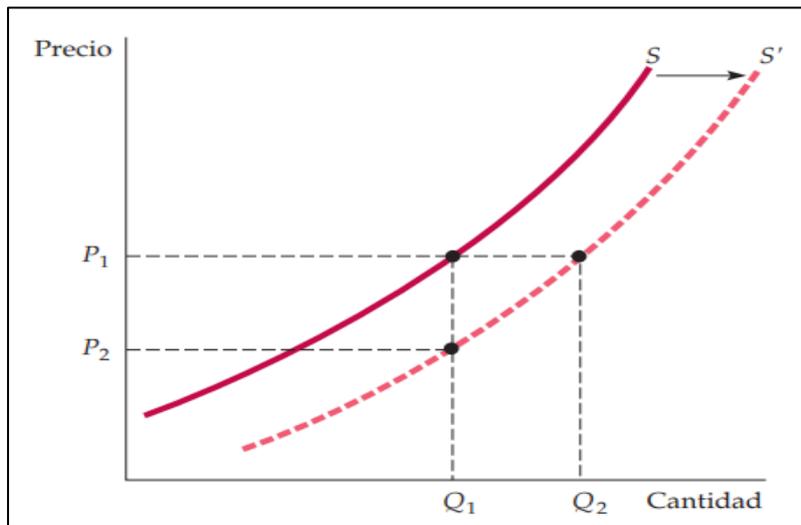
Pindyck y Rubinfeld (2018) expresan que la curva de oferta, representada por la curva S de la figura, muestra la cantidad que están dispuestos los productores a vender de un bien a un precio dado, manteniendo constantes los demás factores que pueden afectar a la cantidad ofrecida. El eje de ordenadas del gráfico muestra el precio de un bien, P, expresado en dólares por unidad. Es el precio que perciben los vendedores por una determinada cantidad ofrecida. El eje de abscisas muestra la cantidad total ofrecida, Q, expresada en el número de unidades por periodo. (p.24)

La curva de oferta es, pues, una relación entre la cantidad ofrecida y el precio. Esta relación puede expresarse en forma de ecuación:

$$QS = QS (P)$$

Figura 1

Curva de Oferta



Fuente. Microeconomía, Pindyck y Rubinfeld (2018)

La curva de oferta, llamada S en la figura, muestra cómo varía la cantidad ofrecida de un bien cuando varía su precio. Tiene pendiente positiva; cuanto más alto es el precio, más pueden y quieren las empresas producir y vender. Si los costes de producción disminuyen, las empresas pueden producir la misma cantidad a un precio más bajo o una cantidad mayor al mismo precio. La curva de oferta se desplaza entonces hacia la derecha (de S a S')

“La curva de oferta de esta figura tiene pendiente positiva. En otras palabras, cuanto más alto es el precio, más pueden y quieren producir y vender las empresas” (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.25).

2.3.3.2. La curva de demanda

Al respecto Krugman y Wells (2015, p.67). expresan lo siguiente:

Una curva de demanda es una representación gráfica de un plan de demanda. Una manera diferente de mostrar la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios. En otras palabras, muestra la relación entre la cantidad demandada y precio.

Por otra parte, Pindyck y Rubinfeld (2018) indican, la curva de demanda indica cuánto están dispuestos a comprar los consumidores de un bien cuando varía el precio unitario.

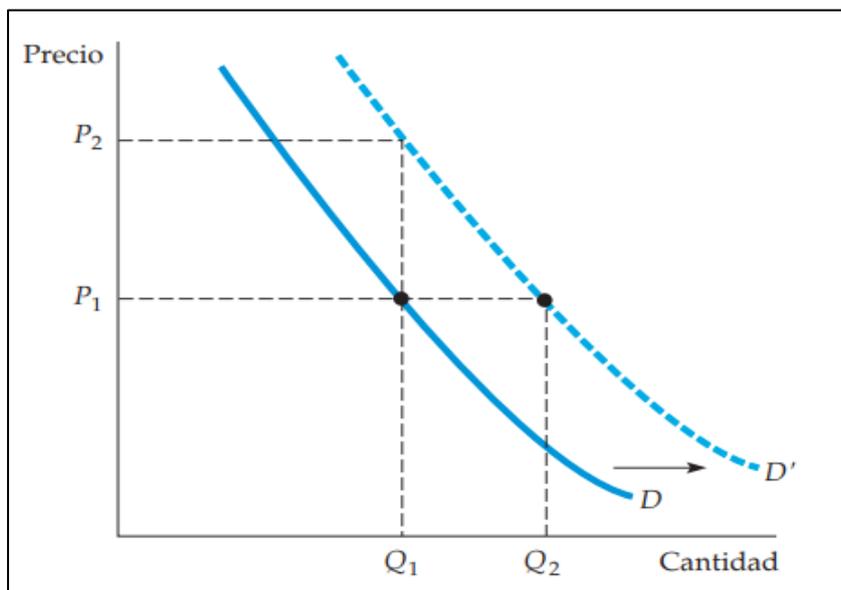
Podemos expresarla matemáticamente de la forma siguiente:

$$QD = QD(P)$$

La curva de demanda, D , de esa figura tiene pendiente negativa: los consumidores normalmente están dispuestos a comprar más si el precio es más bajo. Por ejemplo, un precio más bajo puede animar a los consumidores que ya venían comprando el bien a consumir mayores cantidades (p.26). Asimismo, puede permitir a otros consumidores que antes no podían comprarlo comenzar a comprarlo. Naturalmente, la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar de un bien puede depender de otras cosas, además de su precio. La renta es especialmente importante. Cuando aumenta, los consumidores pueden gastar más dinero en cualquier bien y algunos gastan más en la mayoría de los bienes. (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.26).

Figura 2

Curva de Demanda



Fuente. Microeconomía, Pindyck y Rubinfeld (2018)

La curva de demanda, llamada D , muestra que la cantidad demandada de un bien por parte de los consumidores depende de su precio. Tiene pendiente negativa; manteniéndose todo lo



demás constante, los consumidores quieren comprar una cantidad mayor de un bien cuando baja su precio. La cantidad demandada también puede depender de otras variables, como la renta, el tiempo meteorológico y los precios de otros bienes. En el caso de la mayoría de los productos, la cantidad demandada aumenta cuando aumenta la renta. Un aumento del nivel de renta desplaza la curva de demanda hacia la derecha (de D a D'). (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.26)

El precio de mercado se mantuviera constante en P_1 , sería de esperar que aumentara la cantidad demandada, por ejemplo, de Q_1 a Q_2 , como consecuencia del aumento de la renta de los consumidores. Como aumentaría independientemente de cuál fuera el precio de mercado, el resultado sería un desplazamiento de toda la curva de demanda hacia la derecha, lo cual se muestra en la figura por medio de un desplazamiento de D a D' . También podemos preguntarnos qué precio pagarían los consumidores para comprar una determinada cantidad Q_1 . Al tener más renta, deberían estar dispuestos a pagar un precio más alto, por ejemplo, P_2 en lugar de P_1 en la Figura 2.2. Una vez más, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha. Al igual que hemos hecho con la oferta, utilizaremos la expresión variación de la demanda para referirnos a los desplazamientos de la curva de demanda y reservaremos la expresión variación de la cantidad demandada para referirnos a los movimientos a lo largo de la curva de demanda (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.26).

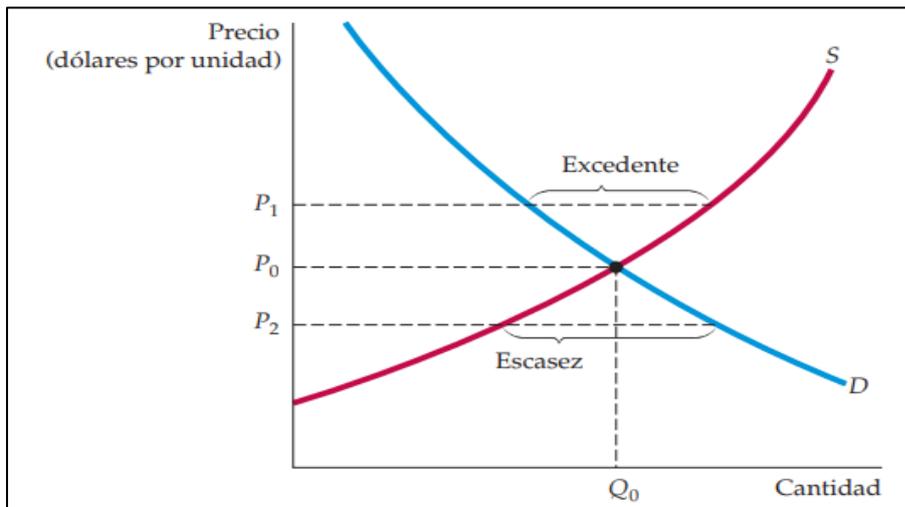
2.3.3.3.El Mecanismos del Mercado

El eje de ordenadas muestra el precio de un bien, P , expresado de nuevo en dólares por unidad. Ahora es el precio que perciben los vendedores por una determinada cantidad ofrecida y el precio que pagan los compradores por una determinada cantidad demandada. El eje de abscisas muestra la cantidad total demandada y ofrecida, Q , expresada en el número de unidades por periodo (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.28).



Figura 3

Punto de Equilibrio



Fuente. Microeconomía, Pindyck y Rubinfeld (2018)

“El mercado se equilibra al precio P_0 y la cantidad Q_0 . Cuando el precio es más alto, P_1 , surge un excedente, por lo que el precio baja. Cuando es más bajo, P_2 , hay escasez, por lo que el precio sube” (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.28).

El equilibrio de las dos curvas se corta en el precio y la cantidad de equilibrio, es decir, en el precio y la cantidad que equilibran el mercado. A este precio (P_0 en la Figura 2.3), la cantidad ofrecida y la demandada son exactamente iguales (Q_0). En un libre mercado, el mecanismo del mercado es la tendencia del precio a variar hasta que este se equilibra, es decir, hasta que la cantidad ofrecida y la demandada son iguales. En este punto, como no hay ni exceso de demanda ni exceso de oferta, no hay presiones para que el precio siga variando. Aunque la oferta y la demanda pueden no estar siempre en equilibrio y algunos mercados pueden no vaciarse rápidamente cuando las circunstancias cambian de repente, los mercados tienden a equilibrarse. (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.28)

Para comprender por qué los mercados tienden a equilibrarse, supongamos que el precio fuera inicialmente superior al que los equilibra, por ejemplo, P_1 en el gráfico. Los productores tratarán de producir y vender más de lo que los consumidores están dispuestos a comprar. Habrá un excedente, es decir, una situación en la que la cantidad ofrecida es superior a la cantidad



demandada. En esta situación los productores comenzaran a bajar los precios para que la cantidad demanda aumente hasta alcanzar un Q_e de equilibrio aun precio P_e . Por otro lado, si el precio fuera inferior a P_e por ejemplo P_2 , aquí ocurrirá lo contrario habrá escasez los consumidores no podrían comprar todo lo que les gustaría. Eso presionaría al alza sobre el precio, ya que los consumidores tratarían de pujar más que los demás por las existencias y los productores reaccionarían elevando el precio e incrementando la producción. Una vez más, el precio acabaría alcanzando el nivel P_e (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.28).

A. Factores generales que determinan las decisiones de precios y elementos en los que se concretan

De acuerdo a Diaz et al. (2020), los factores son:

Tabla 1

Factores que determinan precios

Factor general	Elementos concretos	
Costes	Estructura de los costes propios (relación costes fijo/variables)	
	interdependencia entre costes	
	Identificación diferenciada de tipos de costes	
	Evolución de los costes prevista	
	Economías de escala	
	Costes de los competidores	
	Número	
	Tamaño relativo	
	Formas de competencia	
	Elasticidad cruzada con productos	
Competencia	Competidores	
	Barreras de entrada en el mercado	
	Existencia de un líder de precios	
	Riesgo de guerras de precios	
	Competencia prevista/ futura	
	Características demográficas (En particular ingresos)	
Mercado	Hábitos de consumo	
	Uso al que se destina el producto	
	Grado de segmentación	
	Grado de aceptación del producto por el consumidor	
	Fidelidad al producto/marca/establecimiento	
	Importancia del servicio post-venta	
	Demanda	Grado de conocimiento del producto
		Dificultad asociada a la evaluación del producto
		Valor asignado al producto
		Importancia del precio en la decisión
Precio que el mercado está dispuesto a aceptar		
Sensibilidad de la demanda ante el precio		
Asociación precio/ calidad		
Asociación precio/ imagen de marca		
Tendencias moda		



Factor general	Elementos concretos
	Imagen del país de origen del producto
Oferta que realiza la empresa	Mercado/ Industria Tamaño Número de empresas Ámbito local, regional, nacional, internacional Poder que detenta cada empresa Perspectivas de crecimiento Evolución prevista Tipo de producto
	Producto Grado de novedad del producto Posicionamiento del producto Grado de diferenciación del producto Etapa del ciclo de vida Relación entre los productos Nivel de precios Prácticas y estructuras de precios más frecuentes Forma de fijar el precio
	Precio Efecto del precio sobre la imagen global Frecuencia de los cambios de precios Poder de negociación para establecer el precio final Condiciones de pago
	Distribución Incidencia de las redes de distribución sobre el precio Uso de canales de distribución novedosos
	Circunstancias particulares de la empresa Objetivos globales Objetivo de precio Responsable de toma de decisiones de precios Reputación de la empresa/ marca/ producto Cuota de mercado Cultura empresarial Conflictos entre individuos y grupos
	Entorno Grado de contacto entre la empresa y cliente Mecanismo de adaptación a los cambios del entorno Incidencia de regulaciones y políticas gubernamentales Información de que disponen los consumidores.
	Información Información de que dispone la empresa acerca de: costes (propios y de la competencia), demanda, competencia, industria, tecnología, resto del entorno Costes derivados de la obtención de la información. Realización de estudios de mercado Información suministrada por la fuerza de ventas

Fuente. Gestión de precios, Díaz (2020)

2.3.4. Teoría del valor- trabajo

Plantea que es el trabajo lo que deviene fuente del valor, ya que la única propiedad común, cuantificable y exclusiva de todas las mercancías es que son productos del trabajo humano. Si bien hay teorías que propugnan que el origen del valor puede hallarse en otras propiedades de las mercancías, como la utilidad o la energía utilizada que se requiere a una



medida de valor equivalente ya que el bien no es objetivo como la utilidad o bien no son exclusivas de las mercancías (Cairó y Franquesa, 2020, p.47).

2.3.5. Teorías de producción

La teoría de la producción en el campo de la microeconomía estudia cómo es que los factores productivos se pueden combinar de manera eficiente para lograr obtener cierta cantidad de bienes o productos. Dichos productos pueden tener como destino el consumo final o también pueden ser usados en algún otro proceso productivo, en este último caso sería considerado como insumos. Una empresa es considerada como cualquier organización dedicada a la planificación, coordinación y supervisión de la producción de un bien o servicio. En este punto, la empresa cumple el papel de agente de decisión, es decir, puede elegir la mejor combinación de factores-producto para que logre maximizar su beneficio. Tanto el productor como el consumidor se enfrentan a situaciones similares en cuanto al problema de optimización. En lo que respecta al consumidor, se pretende maximizar una función de utilidad con una restricción presupuestaria. En lo que respecta al productor, se pretende maximizar la función de beneficios sabiendo que existen limitaciones tecnológicas, en otras palabras, se parte de una tecnología ya existente la cual permite realizar una elección entre varias propuestas factibles técnicamente eficiente y basándose en la suposición de que inicialmente los precios de cada uno de los factores productivos ya están dados. El problema es que la producción tiene que pasar por dos tamices. El primero es desde un punto de vista técnico, por lo que solo se selecciona un proceso efectivo desde un punto de vista técnico, el segundo es un filtro económico, y luego se selecciona como de menor costo (Quiroz, 2016).

2.3.5.1. Producción

Es aquel sistema que tiene por objetivo dar la respuesta más rápida al mercado eliminando aquellas actividades que no aportan valor añadido al producto, esto es, tiempos de cambios, inventarios, calidad deficiente, transporte, etc. (Buzón, 2018).



Consiste en insumos, procesos, flujos de información, productos, etc. El cual hacen conexión con los clientes y el ambiente externo además de estos los insumos incluyen recursos humanos es decir gente que trabaje y coordinadores o gente a la supervisión, capital equipo e instalaciones, material y servicios comprados que mediante una sinergia corporativa fuera de producir productos y servicios generan bienestar a todos sus colaboradores y desde luego un bienestar a los sectores circunvecinos en donde se desarrolla la actividad comercial (Oswaldo, 2017).

La producción es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para poder elaborar o fabricar bienes y servicios, que serán utilizados para satisfacer una necesidad (Banco Central de Reserva del Perú, 2011).

2.3.5.2. La función de la producción

La función de producción refiere a aquella función que explica la cantidad máxima que se puede obtener de uno o varios productos realizando diversas mezcolanzas de los factores productivos, cada uno con su respectiva tecnología dada. En afán de trabajar con simplificaciones, se asume que una empresa solo produce un bien o servicio y que es menester un conjunto de factores para producirlos los cuales son llamados factores de producción, o llamado de otro modo como insumos o inputs. El producto que ha sido elaborado es llamado producto u output. Los factores de producción usualmente son catalogados en grandes categorías: tierra, capital y materias primas. En algunas situaciones es común la reducción de estos a solo dos factores, los cuales son trabajo y capital, este último es el que engloba a todos los demás, como puede ser inmuebles, maquinaria, ordenadores, vehículos, etc. (Maxi, 2017).

La expresión matemática de esta función de producción es la siguiente:

$$q = f(L, K)$$



2.3.5.3. La función de la Producción a Corto Plazo

En el corto plazo, la cantidad de un factor (generalmente capital) se considera constante, mientras que el otro factor (trabajo) se considera variable. De esta forma, dependiendo de un solo factor, se obtiene una función de producción a corto plazo. En la práctica, existen numerosos procesos productivos en los que el uso de determinados factores no se puede cambiar de forma inmediata. Por ejemplo, un restaurante que se ha dotado de instalaciones, por lo que, aunque se puedan ampliar o reducir, se necesitará mucho tiempo para que se pueda evitar en el corto plazo. Se tiene en cuenta cuando se toman decisiones de producción. Sin embargo, los cambios que se ejecutan en el número de empleados o en las horas de trabajo de un restaurante pueden modificarse rápidamente (Robert, 2010).

2.3.5.4. Factores productivos agrícolas

Tejada (2012) indica, para que la productividad exista debe haber una interconexión estrecha entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. Es por ello que en el proceso de fabricación la productividad es útil para evaluar el rendimiento de los talleres, máquinas, equipos de trabajo y empleados.

Dentro de los factores de producción que considera Tejada (2012), se tiene:

a. La productividad por el factor: materia prima

Muchas veces los agricultores no utilizan las semillas adecuadas, así como tampoco fertilizantes de calidad en los cultivos lo que trae como consecuencia una mala productividad (Tejada, 2012).

b. La productividad por el factor: mano de obra

Es importante destacar que los agricultores tienen mucha falla en elegir una mano obra especializada ya que muchas veces no tienen el personal con la capacidad necesaria, por ejemplo, para medir una tarea de trasplanto, y en consecuencia pueda que se produzca una producción de baja productividad (Tejada, 2012).



c. La productividad por el factor: financiero

Una de las causas de baja y deficiente producción es la indiferencia de las entidades financieras estatal en no ofrecerles ayuda a los agricultores por lo que se ven obligados a recurrir a proveedores de dinero (Tejada, 2012).

d. La productividad por el factor: tecnológico

La tecnología es uno de los factores de más debilidad que existe en el área de la agricultura ya que los trabajadores de la tierra no tienen a quien acudir en cuanto asesorías tecnológicas, utilizando técnicas tradicionales inadecuadas para cultivar (Tejada, 2012).

2.3.5.5. Sistemas de producción

Los sistemas de producción complejos usualmente constan de tres sistemas: sistema de flujo de recursos, sistema de información y sistema de fabricación. El sistema flujo de recursos prepara materiales, maquinas, herramientas y otros elementos que incorpora al sistema. El sistema de información permite el procesamiento de la información para el ciclo de planificación y control durante el proceso de producción, los sistemas de fabricación integran todos los medios de producción para completar la función de producción o de operaciones (Monsalve, 2019, p.15).

Tabla 2

Clasificación de los procesos de producción

CATEGORIA	DETALLE	SUBDIVISIÓN	DESCRIPSION
Según el grado de intervención del factor humano con los procesos	Relación trabajo/capital	Procedimientos manuales	Las operaciones son ejecutadas totalmente aplicando esfuerzo humano.
		Procedimientos mecánicos	Las operaciones son ejecutadas conjuntamente entre factor humano y maquinas.
		Procedimientos automáticos	Las operaciones son ejecutadas en su totalidad por maquinas semi inteligentes controladas numéricamente por ordenador, la intervención humana queda reducida a labores de supervisión o vigilancia.



Se une el desarrollo temporal o su extensión en el tiempo	Se refiere a la duración el proceso	Continuos	El proceso se ejecuta ininterrumpidamente a lo largo del tiempo.
		Intermitentes	El proceso se desarrolla cada vez para productos no tipificados es decir se presentan interrupciones en el proceso dadas ciertas características especiales del producto.
		En serie	El proceso se repite a intervalo reglars para producir lotes de bins homogéneos.
Según la producción obtenida	Es decir, la uniformidad o diversidad de productos generados	Simples	Se obtiene un solo producto de características uniformes y especificaciones técnicas homogéneas. Se trata de procesos que comparten factores y/o tareas y cuyo resultado es la obtención de diversos productos diferenciados.
Según su naturaleza, atendiendo al tipo básico de actividad	Industrial o servicios distinguiendo a su vez en cada uno de ellos diferentes categorías	Procedimientos industriales	Consisten en combinar mezclar o integrar diferentes factores para la obtención de un producto.
		Integración	Consisten en dividir fraccionar o separa un insumo para obtener varios productos.
		Desintegración	Consisten en la simple transformación de algunas características formales que no alteran los atributos esenciales del elemento sometido al proceso reparaciones y operaciones de mantenimiento.

Fuente. Programación y control para sistemas productivos y de servicios, Monsalve, 2019

2.3.5.6. Transformación

Durante esta fase, las materias primas que se recogieron previamente se transforman en el producto real que la empresa produce a través de su montaje. En esta etapa es fundamental observar los estándares de calidad y controlar su cumplimiento. Para que esta fase salga según lo previsto y se evitan problemas, es necesario hacer un trabajo de observación del entorno, de tal manera que se puedan anticipar los cambios y se pueda trazar un plan de actuación para



saber cómo actuar en todo momento para seguir trabajando en pro del cumplimiento de los objetivos (ITESA, 2019).

2.3.5.7. Mercado

Para Pindyck y Rubinfeld (2018) es el “conjunto de compradores y vendedores que a través de sus interacciones reales o potenciales determinan el precio de un producto o de un conjunto de productos” (p.8).

2.3.6. Teoría de los ingresos

Según Smith, los ingresos deben ser necesario para que el trabajador y su familia subsistan. Sustenta su teoría que, si el ingreso es muy bajo, la segunda generación de obreros desaparecería por lo cual el patrón se quedaría sin la fuerza laboral necesaria para sus fines de enriquecimiento. Los ingresos crecen en proporción directa al crecimiento capital y en relación con respecto al crecimiento de la población, como se muestra en la siguiente ecuación: salario = capital/población (González, 2017).

De acuerdo al MEF (2004, p.4):

Son aquellos incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la entidad. Además, el ingreso comprende tanto los ingresos ordinarios en sí como las ganancias. Los ingresos ordinarios propiamente dichos surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad y adoptan una gran variedad de nombres, tales como ventas, comisiones, intereses, dividendos y regalías

2.3.6.1. Calidad de vida

Para el Banco Interamericano de Desarrollo (2008) es fundamental analizar la relación directa entre el ingreso y la satisfacción ya que es la base de toda la teoría económica, aunque en la práctica no se refleja adecuadamente como tal.



Para Hilguita y Cardona (2015) es un estado de bienestar general que comprende dimensiones objetivas y evaluaciones subjetivas de las condiciones económicas, la salud física, el estado emocional y las relaciones sociales.

Para Zapata et al. (2015) es la percepción que tiene los individuos acerca de su posición en la vida, teniendo en cuenta el contexto del sistema cultural y de valores en que viven.

Según Barriga (1994) citado en Cornejo (2016), las dimensiones de la calidad de vida son:

- **Dimensión física:** percepción del estado físico, salud y enfermedades.
- **Dimensión psicológica:** percepción del estado psicológico.
- **Dimensión social:** percepción de relaciones familiares y comunitarias, nivel de educación.
- **Dimensión económica:** nivel de ingresos monetarios y acceso a servicios básicos.

2.3.7. Comercialización

Es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar La venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente, es una actividad de comprar y vender mercancías entre dos contrayentes que tiene un impacto en el mercado ya sea en las regiones, nacionales e internacionales (Gálvez, 2017).

Es el proceso encaminado a analizar las necesidades de los sujetos y decidir si los consumidores prefieren más cantidad o diferentes productos y servicios, lo que requiere prever qué tipos de estos desearán, en lo que concierne a propiedades o características de estos, y así decidir a cuáles de estas personas podrá satisfacer la empresa (Quiñonez et al., 2020, p.198).

Es aquel conjunto de procesos en el que intervienen ofertantes, demandantes, mercado, canal y producto, con el objetivo de satisfacer una necesidad a través de la venta o intercambio de un bien o servicio (Artieda et al., 2017).



Entre las funciones de la comercialización destacan: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, asumir riesgos y obtener información del mercado; algunas de estas funciones se detallan en la Tabla 7.

Tabla 3

Funciones del mercado

Función	Descripción
Comprar	Buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirir el que resulta más beneficioso (esto depende de los criterios aplicados por el comprador).
Vender	Promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.
Transportar	El traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra.
Financiar	Proveer el efectivo y el crédito necesario para operar como empresa o consumidor.
Asumir Riesgo	Soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización

Fuente. Elaborado con base en Rivadeneira, 2012.

2.3.7.1. Comercialización en cadena agrícola

La comercialización es un proceso que abarca diferentes eslabones de las cadenas agrícolas, dependiendo de los canales de distribución que se utilicen.

Seguidamente se muestran los actores que están involucrados en el proceso de comercialización.

- **Los agricultores, sus organizaciones y las empresas rurales de pequeña y mediana escala:** los agricultores productores organizados son los que oferta los productos y lo preparan de acuerdo a las necesidades del mercado y de los consumidores; también, realizan la promoción de sus productos, averiguan canales de distribución y ejecutan técnicas de precios para negociar. La mayoría de las veces son los productores que tienen que hacer llegar sus productos al mercado por medio de transporte propio o contratado, pero la mayoría de las veces es el comprador el que acopia el producto en las chacras.



- **Los compradores:** el comprador es la persona que recoge el producto de los productores, a un precio previamente acordado. Hay diversos tipos de compradores, así tenemos: intermediarios, consumidores finales, empresas transformadoras, instituciones públicas, privadas, etc.
- **Consumidores finales:** son todas aquellas personas que compran el producto para su consumo y no venden o lo transforman.
- **Intermediarios:** los intermediarios son protagonistas necesarios para la comercialización de los productos Existen dos tipos de intermediarios o acopiadores:
 - Los intermediarios informales: quienes acopian los productos en las chacras de los productores, lo transportan a las ciudades y lo revenden a los mayoristas, a las industrias. Ha estos intermediarios no les interesa mucho la calidad del producto por lo que el precio que pagan por el producto es ínfimo.
 - Los intermediarios formales también compran los productos en las chacras de los productores para transportarlo y venderlo a sus clientes, pero lo hacen de manera formal, son más exigentes en lo que respecta a la calidad del producto, almacenan los productos para luego venderlos a las empresas transformadoras, mayoristas o empresas exportadoras.
- **Empresas de transformación/agroindustrias:** son las empresas que se dedica a la transformación del producto en productos más elaborados. Estas empresas de transformación o agroindustrias se encuentran ubicados en las ciudades o alrededor de las zonas de producción agraria, realizan diversas funciones como el acopio, transporte, almacenamiento, control de calidad, realizan acuerdos con los productores para brindarles capacitación técnica en la producción y comercialización de sus productos.
- **Instituciones públicas:** las instituciones públicas son un sector importante para las organizaciones de productores, Son las instituciones públicas como Gobiernos



regionales, municipios, colegios, hospitales, entre otros quienes compran a los productores grandes cantidades de productos mediante licitaciones.

- **Otros compradores:** entre otros compradores podemos mencionar a los hoteles, restaurantes, supermercados, grandes bodegas, entre otros que compran de manera directa a los productores.
- **Proveedores de servicios logísticos:** entre los servicios de logística que son necesarios para desarrollo de la comercialización tenemos el transporte, el almacenamiento y el financiamiento entre otros servicios.
 - **Transporte.** El transporte juega un papel muy importante en la comercialización de los productos, debido a que influye mucho en la calidad del producto, ya que son muchos los factores que intervienen como la temperatura, la humedad, la limpieza y/o contaminación, los golpes en el momento del transportar el producto. Asimismo, el transporte influye de manera directa en el precio del producto. Por lo que se requiere una buena infraestructura vial, portuaria, aérea, fluvial, trenes para garantizar un buen traslado y entrega de los productos.
 - **Almacenes.** Todos los productos necesitan ser almacenados en cierto instante durante el proceso de comercialización, por lo que se requiere que las organizaciones de productores cuenten buenos almacenes, las empresas de transformación, mayoristas, instituciones públicas cuentan con almacenes o tienen que alquilarlo. Existe diversos tipos de almacenes desde los simples que protegen del frío, el sol, la lluvia hasta los que cuentan con climatizadores para productos altamente perecederos. También en los almacenes es donde se realiza los controles de inocuidad y sanitarios a los productos.
 - **Instituciones financieras.** Son las instituciones financieras como cooperativas, cajas municipales, bancos los que brindan préstamos o crédito a los productores,



generalmente los agricultores tienen que realizar pagos anticipados a los proveedores de materia prima, transportistas, almacenamiento entre otros antes de a sus socios por la materia prima, pagar el costo del transporte y almacenamiento entre otros, antes de obtener el pago por su producción por parte del comprador, es para cubrir estas urgencias que se hace imperioso el tener que contar con préstamos o financiamiento de estas instituciones financieras.

La comercialización viene a ser una estrategia que emplea la psicología del ser humano representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La decisión de la comercialización involucra cuatro componentes: cuándo (momento), dónde (ubicación geográfica), a quién (mercados meta) y cómo (estrategia de comercialización). En el caso de la comercialización se vuelve una filosofía de negocios que todas las áreas de la organización sean conscientes de que deben responder a las necesidades de los clientes y consumidores. Toda empresa o entidad debe actuar de acuerdo con este principio para lograr que los clientes reciban el trato que esperan, por lo cual confiarán en los productos o servicios de esa organización.

En este entender la comercialización agrícola puede definirse como una serie de servicios involucrados en el traslado de un producto desde un punto de producción hasta el punto de consumo. Por consiguiente, la comercialización agrícola comprende una serie de actividades interconectadas que van desde la planificación de la producción, cultivo y cosecha, embalaje, transporte, almacenamiento, elaboración de productos agrícolas y de alimentos; hasta la distribución y venta de los mismos. (Villa, Rizo, Vuelta, & Vargas, 2017)

Esta concepción abarcaría las capacidades de identificar los saberes para una comercialización adecuada por parte de los Productores en el Centro Poblado de Quesquento Distrito de Quellouno Provincia de la Convención – Cusco 2019 – 2020. Puesto que el proceso



de comercialización requiere de capacidades y habilidades presentes en dichos productores para asegurar ingresos beneficiosos.

2.3.7.2. Sistemas de comercialización de los productos agrícolas

La actividad económica del Centro Poblado de Quesquento Distrito de Quellouno Provincia de la Convención – Cusco 2019 – 2020, respecto a la producción de cítricos viene a estar enmarcado en las cadenas dinámicas, competitivas, sujetas a un cambio y mejoramiento continuos; deben orientarse al consumidor al tiempo que deben proporcionar un beneficio al agricultor, transportista, comerciante, procesador, etc. Ello requiere que los implicados en la cadena de comercialización comprendan las necesidades de los compradores, tanto en términos de producto como de condiciones de negocios.

El Mercado agropecuario evidencia diferentes limitaciones. Entre estas adquieren carácter urgente el incumplimiento de los planes de venta, la baja calidad de los productos, contracciones en las ventas; que traen consigo la disminución de las utilidades y del nivel de rentabilidad. Lo anterior se agrava por la inexistencia de la implementación de las estrategias de comercialización agrícola, que le imprimirían sostenibilidad a los procesos.

Respecto a ello las cadenas de comercialización agrícola deben de establecer lo siguiente:

- La situación actual de la comercialización en el Mercado
- El conjunto de exigencias a los proveedores a partir de algunos parámetros de calidad de los productos.
- Posibles canales de ventas para el Mercado agropecuario con énfasis en el posicionamiento.

2.3.7.3. Gestión y comercialización

Conforme al contexto competitivo del siglo actual, Bernal et al. (2016), indica que las empresas con la finalidad de enfrentar los retos de la globalización necesitan ser más flexibles,



relacionarse directamente con sus clientes actuales y potenciales, estar más encaminadas a la innovación de bienes y servicios, considerando el desarrollo de su recurso humano, que le permita lograr una mejor posición en el mercado, teniendo mayor conciencia y cuidado con el medio ambiente.

Los factores técnicos de comercialización Centro Poblado de Quesquento Distrito de Quellouno Provincia de la Convención – Cusco 2019 – 2020, como la competitividad determinarían el éxito de la empresa, esta a su vez se traduce en el nivel de ingresos dentro de dicha actividad comercial.

Desde esa perspectiva, los directivos o gerentes juegan un papel fundamental, representando el ente articulador entre las capacidades de los recursos de la empresa y las condiciones del entorno de negocios, logrando una gestión eficaz en su empresa, a través de la implementación de acciones y operaciones acordes a la buena administración y dirección de la misma. Al respecto, manifiesta Caurín (2018) que uno de los espacios más relevantes dentro de una empresa, está centrado en el ámbito de la gestión comercial, así como en las ventas que se realizan en dicha organización, puesto que de estas depende la obtención de beneficios y la viabilidad del negocio. Por ello, es indispensable realizar un buen manejo del departamento comercial, para lograr un servicio o producto de calidad.

En ese sentido, de acuerdo al precitado autor el área comercial de cualquier compañía debe centrarse en dos aspectos clave: el mercado y la satisfacción del cliente por lo cual, es necesario contar con un departamento de servicio al cliente, eficiente, y productos o servicios de calidad. De este modo se debe elevar la calidad de servicio ofrecido lo cual requiere asumir una filosofía empresarial donde la satisfacción del cliente sea el objetivo prioritario dentro de un marco de mejora continua en el que estén involucradas todas las personas de la organización.

La orientación al mercado como filosofía de negocio, actúa como generadora de ventajas competitivas y mejores resultados empresariales, que se materializan en un incremento de las



ventas y satisfacción de los clientes. Toda vez que una empresa orientada al mercado, utiliza el conocimiento de la filosofía de negocio para la formulación e implementación de su estrategia y se destaca frente a sus competidores por su mayor habilidad para comprender, captar y retener tendrá mayor ventaja.

La gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado, y comprende, desde el estudio de mercado hasta la venta o colocación del producto o servicio a disposición del consumidor o cliente, incluyendo las políticas y estrategias de venta, en el ámbito empresarial. (Quiñónez, Castillo, Bruno, & Oyarvide, 2020)

2.3.7.4. Habilidades comerciales

Las habilidades que deben estar presentes para prever una comercialización exitosa y asegurar un nivel asequible de ingresos deben considerar:

- **Exhaustividad:** El trabajo de análisis previo es necesario, pero siempre resulta positivo completarlo en el curso de la venta, interesándose directamente por los factores que se desconocen.
- **Capacidad de planificación:** Esto sólo es posible si se planea cuidadosamente.
- **Buena primera impresión:** Para crear esa importantísima conexión instantánea hay que ser curioso, agradable y estar realmente preocupado por ayudar y ofrecer un buen servicio al interlocutor.
- **Curiosidad:** para conocer lo que los clientes realmente necesitan hay que indagar, hacer averiguaciones y preguntarles directamente por su punto de vista.
- **Habilidad de escuchar activamente:** aún más importante que hacer las preguntas correctas es saber escuchar.
- **Capacidad para presentar soluciones:** se refiere a ser capaz de crear y describir una solución específica para las necesidades que detecta en la otra parte.



- **Habilidad para inspirar confianza:** es imprescindible lograr el compromiso del cliente ya que, de otro modo, todos los esfuerzos que se han hecho durante el proceso de venta resultarían completamente inútiles.
- **Habilidad para construir vínculos:** el objetivo a corto plazo es dar el acompañamiento respectivo con el cliente hasta llegar juntos a la mejor solución posible. (EAE Business School, 2021)

2.3.8. La competitividad

La competitividad constituye en nuestros días uno de los atributos fundamentales del funcionamiento de las organizaciones, por tal motivo es de suma importancia conocer el significado de este término y sobre todo aprender a aplicarlo en el entorno competitivo de las organizaciones a través de estrategias diversas.

2.3.8.1. Teoría de la ventaja competitiva, según Porter

Este autor menciona que las empresas ya no podrán confiar en obtener ventajas competitivas sólo mediante el precio de sus productos, ni ser administradas para obtener ventajas en el corto plazo; se propone la orientación hacia el largo plazo y el diseño de la estrategia. Porter se refiere también a tres principios que debe tener la estrategia: 1) El posicionamiento de la empresa para enfrentar las fuerzas dominantes en la industria; 2) La influencia de la empresa en el equilibrio de éstas a través de movimientos estratégicos y; 3) La anticipación a los posibles movimientos de las fuerzas de la competencia. (Porter M. , 2015)

En este contexto Porter formula su modelo de las cinco fuerzas, con el que determina la posición estratégica de una empresa, las herramientas necesarias para hacer un análisis exhaustivo del ambiente de negocios y de la competencia. Estas fuerzas que compiten entre sí para quedarse con la mayor parte del valor que se produce en una industria, son: la rivalidad entre los competidores, el poder de negociación de los proveedores, el poder de los



compradores, la amenaza de entrada de nuevos competidores y, la fuerza de los productos sustitutos.

Todas estas fuerzas se integran en el modelo a través de diversas variables que nos indican todo lo que hay que saber acerca del entorno de negocios y que dan elementos para delinear la estrategia, la cual toma como punto de referencia al consumidor.

Así, de esta manera, Porter sugiere las tres estrategias genéricas siguientes:

- El liderazgo en costos, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios.
- La diferenciación, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes.
- El enfoque, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento.

2.3.9. Cadena de abastecimiento producción

La cadena de abastecimiento está formada por empresas que coordinan y colaboran con el objetivo de explotar una oportunidad de mercado, satisfaciendo las necesidades de los



clientes. Dichas empresas, que conforman la cadena de suministro, son proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y el mismo cliente final (Carreño, 2017).

Conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, transformación y en el traslado hasta el mercado de realización de un mismo producto agropecuario. El concepto de cadena se refiere a un producto o un grupo de productos conjuntos o ligados por el uso (Philip, 2016).

A. Productos

Según Philip (2016) "Cualquier cosa que se pueda ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o anhelo. Incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas" (p. 45).

B. Mercado

Según Philip (2016) "Grupo de personas con necesidades o deseos que satisfacer; dichas personas deben tener dinero disponible y disposición de gastarlo" como una serie de todos los compradores, reales y en potencia, de un producto o servicio, con deseos de satisfacer alguna necesidad, con dinero suficiente y ganas de gastarlo" (p. 50).

C. Canales de comercialización

Los canales de comercialización son las vías por donde circulan los productos desde su origen, el fabricante, hasta el consumidor final. Estos canales están formados por empresas independientes de los fabricantes que tienen como función comercializar, vender o ayudar a la venta de los productos creados o fabricados por otros. Digamos que los canales de comercialización son los que ayudan a vender los productos de otros (OCDE, 2018)

D. Factores que afectan el desarrollo de la cadena productiva

Los factores que afectan el desarrollo comercial de limón se lo pueden dividir en tres grupos según quien los controle: el productor, el gobierno o aquellos difícilmente controlables.



El productor tiene la posibilidad de poder controlar el ámbito de los costos la tecnología y el transporte, el gobierno tiene factores controlables como los precios a través de acuerdos comerciales y los factores difícilmente controlables que son los intermediarios y los impactos que afectan el ambiente (Magaña, 2008).

E. Cadena productiva

Es aquel conjunto de eslabones vinculados entre sí por relaciones de tipo proveedor – cliente- proveedor. Vista en su conjunto, esta relación comprende desde la producción de viene primarios, en su transformación en bienes intermedios a partir de otros bienes intermedios originados en una cadena productiva diferente, hasta la producción de bienes finales. Un eslabón corresponde a la producción de un conjunto de bienes o servicios relativamente homogéneos en cuanto a sus características técnicas de producción. Los eslabones que permiten configurar una cadena productiva no necesariamente deben tener una a proximidad geográfica por lo que la aglomeración no es una condición necesaria para el desarrollo de una cadena productiva (Saldías, Pineda y Helmsing, 2017).

2.3.10. La capacitación en la transformación del agro andino

La agricultura contribuye de muchos modos al desarrollo en su calidad de actividad económica, como medio de subsistencia y como proveedora de servicios ambientales, todo lo cual convierte al sector en una herramienta singular para el desarrollo. Como lo menciona el Banco Mundial la agricultura es una herramienta primordial para el desarrollo principalmente en el área rural porque brinda su aporte creando plazas de trabajos lo cual generara a la población un incremento en sus ingresos y a su vez ayuda a mejorar la calidad de vida de la misma. (Herrera, 2018)

En este entender la producción de cítricos en el Distrito de Quellouno, Provincia de La Convención, Departamento del Cusco comprende una correcta capacitación comercial y productiva, para la administración adecuada de dicha actividad económica. La administración



es considerada por sus contribuciones al proceso de desarrollo de la humanidad como un fenómeno universal; se le reconoce a nivel mundial por constituirse como una actividad relevante que se basa en el esfuerzo cooperativo que el hombre desarrolla en las organizaciones públicas y privadas, en una sociedad caracterizada por una creciente complejidad en sus relaciones, así como una mayor dinámica en los procesos de cambio, transformación y adecuaciones de las cuestiones administrativas que tienen que ver con el progresivo flujo de bienes, servicios, personas y dinero que se realizan al interior una organización.

2.3.10.1. *Sistema formativo hacia los empresarios*

Una de las problemáticas que más preocupa en el análisis de la producción, comercialización y los ingresos es el desconocimiento y carencia de formación en el ámbito cultural, social, y todos aquellos aspectos esenciales de la interculturalidad que deben tener en cuenta las organizaciones a la hora de implementar cada una de sus estrategias comerciales, las cuales les permitirá penetrar otros mercados, diversificar y expandir sus productos y servicios.

Desde hace mucho tiempo el sistema educativo en general presenta falencias, los temas como la ciencia y la tecnología son primordiales para alcanzar dicha competitividad, así como otros factores fundamentales como la investigación. Ello también debe ser evaluado en la producción de cítricos del Distrito de Quellouno, Provincia de La Convención, Departamento del Cusco.

El nivel educativo de los productores les permitirá entrar al mercado nacional e internacional de forma que puedan prevalecer y encontrar ganancias significativas. Así también las capacitaciones significarían herramientas fundamentales a la hora de identificar las ventajas comparativas y entrar en el rango de competitividad con las demás empresas del mismo rubro. (Fernández, Martínez, & Ngono, 2020)



2.3.11. Actividades económicas en la Provincia de la Convención

A nivel internacional las actividades económicas se han visto afectadas por la pandemia del Covid 19, entre las actividades más representativas evaluadas por el Gobierno Regional del Cusco se tiene:

2.3.11.1. Pesca y acuicultores

A nivel regional se ha afectado la producción de 1,950 familias dedicadas a la piscicultura y acuicultura de peces amazónicos y de aguas frías. A la fecha se ven limitados en el acceso a alimentos de peces y a Ovas por la caída de la cadena logística de provisión. La mayor parte de estos emprendedores se ubican en Espinar, Canas, Quispicanchis, La Convención, siendo las distancias a los centros de consumo el principal obstáculo en el escenario de la pandemia. La producción afectada en peces corresponde a: trucha, paco, gamitana y paiche. El 100% de los piscicultores y acuicultores no pueden transportar su producción, lo que está generando pérdidas y mortandad aún no calculada.

2.3.11.2. Manufactura

El 93% de empresas manufacturera de la región, cuyas ventas van de 13 a 150 UITs, son las más afectadas por la cuarentena porque han dejado de producir casi en su totalidad. Estas empresas a nivel regional representan el 7.5% del total de la población empresarial. Si observamos a nivel de las provincias el Cusco es la más afectada debido a que las unidades económicas de manufactura representan el 64.70%; seguida de La Convención con 12.91%.

Así mismo uno de los proyectos más representativos de la provincia de La Convención viene a ser la Construcción de la Planta de Fraccionamiento Kepashiato de LGN. (Gobierno Regional de Cusco, 2020)

Tales actividades económicas demuestran un nivel de comercialización adecuado, de forma que se mantienen en el Mercado.



2.3.12. Producción De Cítricos

2.3.12.1. Producción De Cítricos a Nivel Mundial

Tabla 4

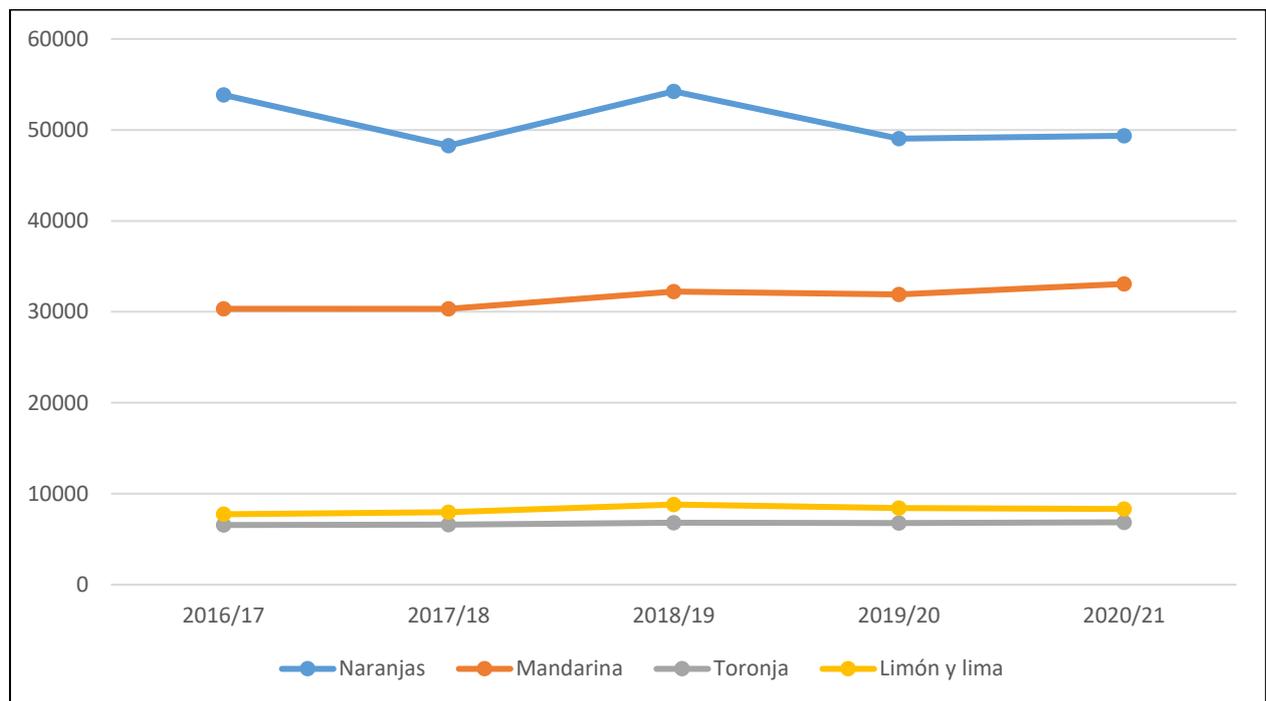
Producción de cítricos a nivel mundial (miles de toneladas)

	Naranjas	Mandarina	Toronja	Limón y lima
2016/17	53859	30346	6562	7744
2017/18	48274	30325	6620	7961
2018/19	54241	32214	6816	8810
2019/20	49050	31908	6787	8415
2020/21	49361	33064	6859	8314

Fuente. USDA (2021)

Figura 4

Producción de cítricos a nivel mundial (miles de toneladas)



Fuente. USDA (2021)



2.3.12.2. Producción De Cítricos a Nivel Nacional

Tabla 5

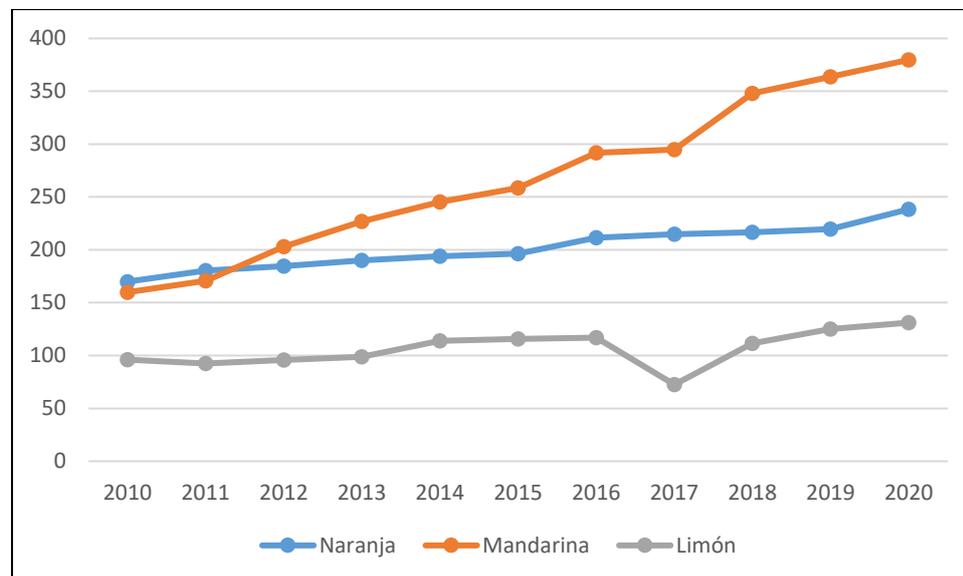
Producción cítricos, Perú 2010-2020 (miles de toneladas)

Año	Naranja	Mandarina	Limón
2010	169.9	159.9	96.1
2011	180.3	170.8	92.6
2012	184.7	203.1	95.8
2013	190	226.8	98.8
2014	194	245.4	114
2015	196.5	258.6	115.8
2016	211.4	291.9	116.8
2017	214.7	294.9	72.5
2018	216.6	348	111.6
2019	219.6	363.7	125
2020	238.3	379.7	131.1

Fuente. MIDAGRI (2021)

Figura 5

Producción cítricos, Perú 2010-2020 (miles de toneladas)



Fuente. MIDAGRI (2021)



2.3.12.3. *Producción De Cítricos a Nivel Regional (Cusco)*

Tabla 6

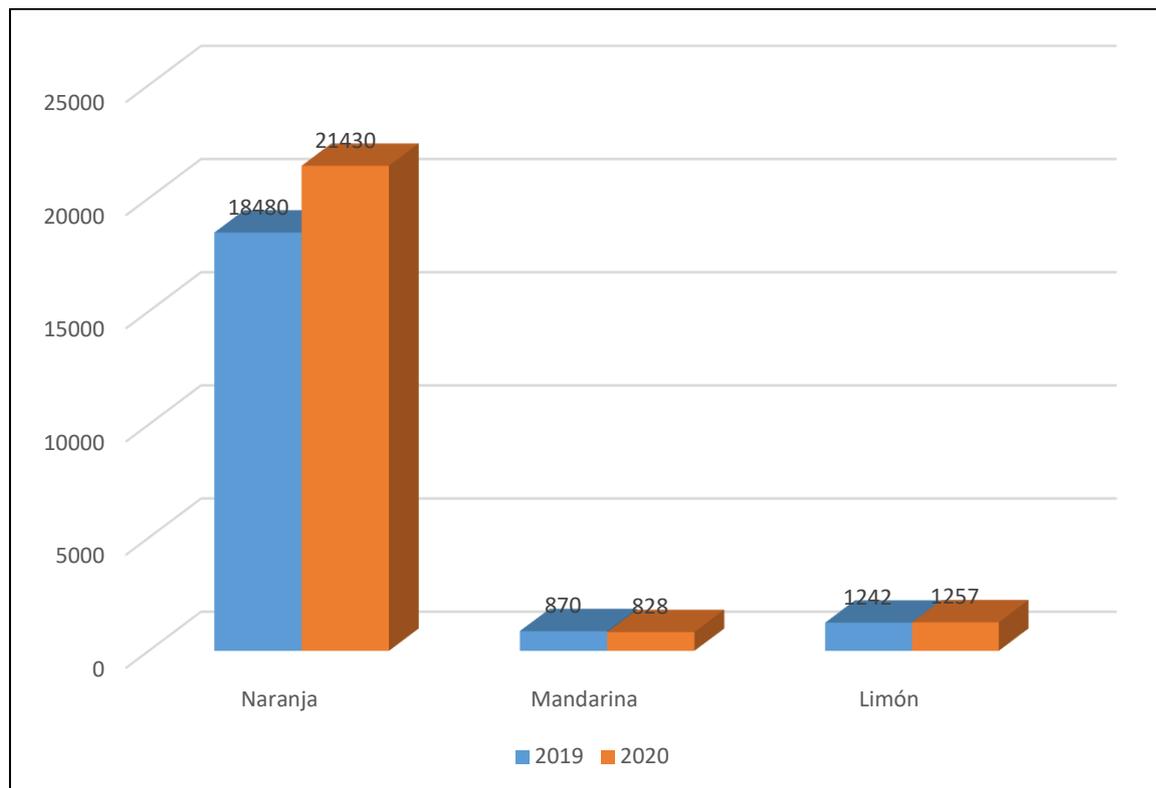
Producción de cítricos, Cusco 2019-2020 (toneladas)

Año	Naranja	Mandarina	Limón
2019	18480	870	1242
2020	21430	828	1257

Fuente. MIDAGRI (2021)

Figura 6

Producción de cítricos, Cusco 2019-2020 (toneladas)



Fuente. MIDAGRI (2021)

2.3.12.4. *Producción De Cítricos a Nivel Local (Quellouno,)*

Tabla 7

Producción de cítricos en Quellouno, 2018-2020 (toneladas)

PRODUCTO	VARIABLE	2018	2019	2020	PROMEDI O NACIONAL
LIMA	Cosechas (ha.)	00.00	48.00	53.00	
	Rendimiento (Kg./ha.)	00.00	9,495.83	8,584.91	20,000.00
	Producción (t.)	00.00	455.80	455.00	



LIMON SUTIL	Precio Chacra (S/Kg.)	00.00	0.55	0.64	
	Cosechas (ha.)	24.00	24.00	24	
	Rendimiento (Kg./ha.)	8,166.67	8,350.83	7,541.67	15,000.00
	Producción (t.)	196.00	200.42	181.00	
MANDARIN A	Precio Chacra (S/Kg.)	1.05	1.09	1.10	
	Cosechas (ha.)	23.00	23.00	23.00	
	Rendimiento (Kg./ha.)	8,782.57	8,289.43	8,369.57	30,000.00
	Producción (t.)	202.00	190.66	192.50	
NARANJO	Precio Chacra (S/Kg.)	0.75	0.68	0.70	
	Cosechas (ha.)	283.00	283.00	283.00	20,000.00
	Rendimiento (Kg./ha.)	8,460.95	8,187.52	8,448.76	
	Producción (t.)	2,394.45	2,317.07	2,391.00	
	Precio Chacra (S/Kg.)	0.59	0.65	0.70	

Fuente. Dirección Regional de agricultura Cusco - DRAC

2.4. Marco conceptual

- A. Agricultura familiar:** es aquella que engloba las actividades agrícolas que actúan como base familiar, vinculada con el desarrollo rural. La agricultura familiar refiere a un modo o tipo de la producción en general la cual depende básicamente del trabajo familiar, engloba ambos géneros, sin desmerecer la mano de obra de ninguno (MINAGRI, 2015).
- B. Cadena de Valor:** Es un modo para realizar la organización en las unidades comerciales, un cúmulo de estrategias que se diseñan para mejorar las producción y comercialización de los productos o servicios que vende (Porter M. , 2004).
- C. Cadena Productiva:** es un sistema compuesto por los diversos actores económicos, los cuales se encuentran interrelacionados entre sí por el mercado, actúan de manera articulada en actividades que agreguen valor a algún bien o servicio, desde el requerimiento de insumos, pasando por la producción, transformación, comercialización y su consumo final (MINAGRI, 2015).



- D. Comercialización:** Comercialización: es aquella agrupación de actividades que se realizan desde que el bien abandona el establecimiento de un productor hasta llegar a su consumidor, ello se da mediante un determinado lugar físico o virtual al que se le denomina mercado (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA, 2018).
- E. Producción:** Es el análisis microeconómico de una empresa para comprender su transformación de algunos insumos en productos o servicios (Cardenas & Daza, 2004).
- F. Producto:** Bien o servicio el cual es el resultado final de un proceso productivo, como consecuencia de querer cubrir las necesidades particulares de los consumidores (Banco Central de Reserva del Perú, 2011).
- G. Productor Agrario.** Es aquella persona jurídica o natural que se dedica a tomar decisiones primordiales respecto al uso que hace con los recursos que tiene a su disposición y con los suelos con los que cuenta, ambos con fines de realizar actividades agrícolas, dicha persona es quien tiene completa responsabilidad en cuanto al ámbito técnico y económico de la producción agraria que desea realizar (MINAGRI, 2015).
- H. Sistema de Producción:** El sistema de producción reside en insumos, procesos, productos y flujos de información que lo conectan con los clientes y el ambiente externo (Carro, 2004).

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

El proceso de producción y comercialización de cítricos influye significativamente en los ingresos de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.

2.5.2. Hipótesis específicas

- La producción de cítricos contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.



- La comercialización de cítricos contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.
- Los ingresos económicos de los productores de cítricos son bajos en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.

2.6. Variables e indicadores

2.6.1. Identificación de variables

Variable dependiente **Variable independiente**

Ingresos de los productores = F (producción y comercialización de cítrico)



2.6.2. Operacionalización de variables

Tabla 8

Operacionalización de variables

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO	ÍTEMS
V1. Ingresos de los productores	Se trata de un valor económico que sirve inicialmente para cuantificar el poder adquisitivo. El ingreso es la totalidad de las ganancias o ingresos que tiene una familia. Al hablar de totalidad se incluye el salario, los ingresos extraordinarios e incluso las ganancias que se obtienen en forma de especie.	Económico Calidad de vida	Ingreso monetario mensual familiar Nivel de educación Acceso a salud Material de vivienda Acceso a servicios básicos	Fichas, Análisis de Contenidos, Encuestas	1.1-1.6
V2. Producción	Se llama producción a toda forma de actividad dedicada a la fabricación, producción u creación de bienes y servicios. El proceso productivo es complejo, se necesita de diferentes factores los cuales se suelen dividir en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el trabajo y el capital	Factores productivos Ciclo productivo	Extensión cultivada (Ha.) Características de insumos Tipo de tecnología Asociatividad Acceso a asistencia técnica Requerimiento de mano de obra Acceso a crédito Volúmenes de producción Rendimiento por hectárea Costos de producción Precio de venta	Encuesta entrevista Ficha de observación,	2.1-2.23
V3. Comercialización	Son las diversas acciones que se realizan desde que el producto sale de la chacra del productor hasta que llega al consumidor final	Sistema de comercialización	Destino de la producción Frecuencia de comercialización Canales de comercialización		3.1-3.14



- I. Productor Agrario.** Es aquella persona jurídica o natural que se dedica a tomar decisiones primordiales respecto al uso que hace con los recursos que tiene a su disposición y con los suelos con los que cuenta, ambos con fines de realizar actividades agrícolas, dicha persona es quien tiene completa responsabilidad en cuanto al ámbito técnico y económico de la producción agraria que desea realizar (MINAGRI, 2015).
- J. Sistema de Producción:** El sistema de producción reside en insumos, procesos, productos y flujos de información que lo conectan con los clientes y el ambiente externo (Carro, 2004).



Capítulo III: Método

3.1. Alcance del estudio

El tipo de investigación del presente trabajo fue cuantitativo ya que su objetivo fue valorizar la cantidad de la producción y comercialización de cítricos y su incidencia en el nivel de ingreso de las familias del centro poblado de Quesquento.

Se efectuó un análisis descriptivo de las variables relacionadas a la hipótesis para conseguir resultados sobre cuál es el valor monetario del ingreso por la producción y comercialización de cítricos de las familias del centro poblado de Quesquento. El presente trabajo tuvo como objetivo indagar el porqué de los sucesos por medio de la construcción de relaciones causa-efecto de las variables. Por tal motivo se buscó explicar las hipótesis, propuestas. Esta investigación se encuentra en el nivel correlacional, ya que se tiene por finalidad conocer la relación que existe entre las variables

3.2. Diseño de investigación

El presente trabajo fue de tipo no experimental ya que no se realizó ningún manejo de las variables y solamente se mira el fenómeno en su contexto natural para posteriormente analizarlo. Es de corte longitudinal, porque se recolectaron datos a lo largo del periodo de tiempo y transversal porque se recogió información por medio de encuestas, esto con la finalidad de referir las variables y explicar su interrelación en un tiempo determinado

3.3. Población

La conformaron el número de familias de productores de cítricos existentes en el centro poblado de Quesquento. El total de familias productoras de cítricos es de 66 según el mapeo y entrevistas realizadas en la zona.

3.4. Muestra

Se utilizó un muestreo no probabilístico de tipo censal, En este caso por ser la población que se dedica al cultivo de cítricos se tomó como muestra a todos los productores de cítricos



del centro poblado de Quesquento. Habiéndose tomado como muestra del presente trabajo 66 productores de cítricos.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se hizo uso de los siguientes instrumentos para la recopilación de datos y análisis de datos.

- **Entrevistas:** se entrevistó a las familias de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento, se realizó a un cuestionario manejable, con el fin de obtener información personal.
- **Encuestas:** Para la recopilación de información se utilizó un formulario (Encuesta), la cual se diseñó para obtener información determinada sobre lo que se intenta estudiar.
- **Guía de observación de campo:** Se realizó la comprobación física de las áreas agrícolas del centro poblado de Quesquento.

Para el presente estudio se recurrió a las siguientes fuentes: Dirección regional de agricultura Cusco. INEI, MINAGRI, INIA, Municipalidad distrital de Quellouno, diversos artículos y materiales documentales respecto al tema de investigación.

3.6. Validez y confiabilidad de instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos serán validados mediante juicio de expertos, los cuales serán profesionales especialistas en metodología de investigación y en la materia de estudio, se calificarán la pertinencia, relevancia y claridad de los ítems. Por su parte, la confiabilidad del cuestionario se determinará mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, que establece la relación entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems y se califica de acuerdo a la siguiente interpretación:

- | | |
|----------------|--------------------------|
| $\alpha > 0.8$ | Instrumento confiable |
| $\alpha < 0.8$ | Instrumento no confiable |



3.7. Plan de análisis de datos

Para la realización de los análisis del comportamiento del proceso de producción y de la comercialización de cítricos fue necesario el uso de programas informáticos como el EXCEL y el SPSS, lo que permitió realizar el diagnóstico de la situación actual del tema de investigación.



Capítulo IV: Diagnóstico del centro poblado de Quesquento

4.1. Aspectos territoriales y climáticos

4.1.1. Ubicación de la zona de estudio

a) Política:

Región:	Cusco.
Departamento:	Cusco
Provincia:	La Convención
Distrito:	Quellouno
Sector:	Quesquento

b) Geográfica:

Región/Departamento:	Cusco
Provincia:	La Convención
Distrito:	Quellouno
Cuenca:	Quellouno
Centro Poblado/Sector:	Quesquento

El Distrito de Quellouno, pertenece a la Provincia de La Convención, Departamento del Cusco. El ámbito de influencia del proyecto está ubicado en la cuenca de Quellouno, en el Centro Poblado de Quesquento del distrito de Quellouno Provincia de la Convención y Departamento del Cusco.



4.1.4. Temperatura

La temperatura media anual del área donde se efectuará el proyecto es de 23.39 C, según el régimen térmico corresponde a un clima cálido subtropical. Las temperaturas más elevadas se presentan los meses de octubre y noviembre.

4.1.5. Vías de Comunicación

El propósito de las carreteras es permitir la integración de los pueblos a nivel de territorio nacional, la misma es pro a la inversión, crea ejes económicos y comunicación entre los pueblos. Actualmente la mayoría de las rutas terrestres son trochas (carrozables y/o afirmadas), la mayoría en buen estado, el detalle está en su ubicación que beneficia si bien es cierto a una mayoría, pero no incluye a toda la población como son las poblaciones dispersas. Al distrito de Quellouno se llega por dos vías, desde la ciudad del Cusco:

Carretera Cusco, Urubamba, Ollantaytambo, Huayopata, Maranura, Quillabamba, por medio de transporte interprovincial (225 Km.), en 6 horas de viaje, aproximadamente. Esta carretera se halla asfaltada en su totalidad.

El tramo de Quillabamba a Quellouno, consta por una de carretera de asfaltado bi capa (65 Km.) teniendo un recorrido de una hora de viaje, la misma que pasa por las localidades de Echarati, Pampa Concepción, Sahuayaco y Chahuares. Habiendo medios de transporte como camionetas rurales, que brindan el servicio de transporte todos los días, los días sábado y domingo existe una mayor y de mayor flujo de pasajeros por haber feria dominical.

Carretera Cusco - Calca, Amparaes, Colca, Quebrada, Quesquento, Santiago, Putucusi y Quellouno, con un total de 230 Km. de distancia, que tiene una duración de 6 horas de viaje en promedio en camioneta, el viaje en transporte público de pasajeros es de 8 horas promedio.

4.1.6. Hidrografía

El recurso agua es un factor ambiental imprescindible para cualquier actividad que desarrolle el ser humano, en al ámbito del proyecto existe gran cantidad de manantes y



riachuelos que sirven de fuente de este recurso para las diversas actividades como es consumo humano y riego.

El Recurso hídrico en la zona es abundante, pero por la topografía existente, el agua no es utilizada, dado que el nivel freático del río está por debajo de las áreas de cultivo. Se cuenta con potencial hídrico para poder implementar infraestructura de riego.

El análisis de las características hidrológicas del ámbito de estudio se desarrolla a través de la diferenciación de las unidades hidrográficas, en términos generales, en el ámbito del proyecto se cuenta con el río principal Yanatile, con numerosos afluentes y pequeños riachuelos, la distribución territorial del ámbito del proyecto comprende ambas márgenes del río principal. Las cabeceras de los afluentes tienen la cubierta vegetal inalterado conservando así este valioso recurso. La época de crecientes es entre noviembre - abril y, la decreciente entre mayo – octubre.

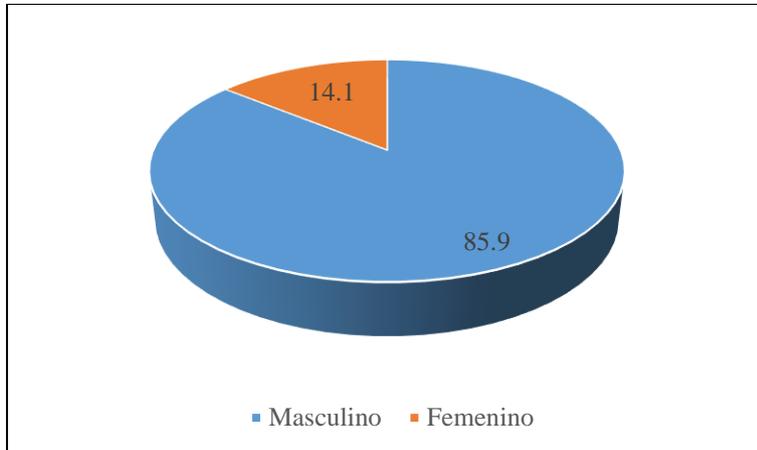
El centro poblado de Quesquento durante la época de lluvias, presenta problemas para el tránsito vehicular, sin embargo, debido a la presencia de equipo y maquinaria pesada de la Municipalidad Distrital de Quellouno, estas emergencias son rápidamente atendidas.

Capítulo V: Resultados de la investigación

5.1. Resultados respecto a los objetivos específicos

Figura 8

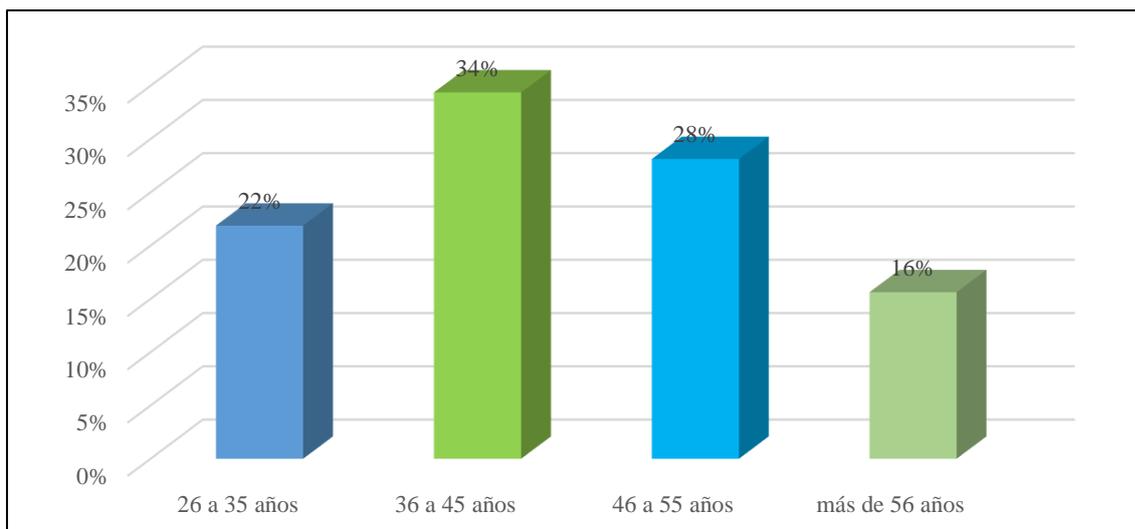
Género productores de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 8, se puede apreciar que el 85.9% de las personas encuestadas son de género masculino y el 14.1% pertenecen al género femenino. Ello evidencia la predominancia de presencia de varones en la producción de cítricos del centro poblado de Quesquento y lo relegadas que se encuentran las mujeres en la participación de producción de cítricos.

Figura 9

Edad, productores de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)

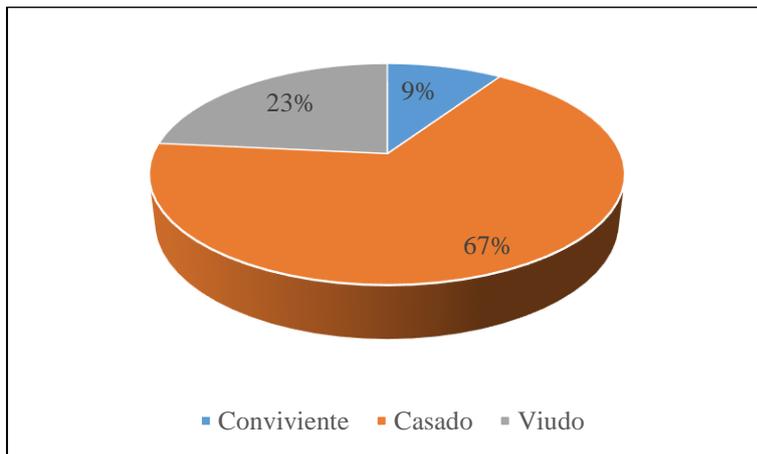


En la figura 9, se puede observar que el 34% de las personas encuestadas se encuentran entre el rango de 36 a 45 años, seguido de las personas de entre 46 y 55 años con el 28%, 22%

de personas entre el rango de edad de 26 a 35 años y, por último, 16% de personas mayores a 56 años. Es decir, se destaca la presencia de adultos de entre 36 y 55 años en la producción de cítricos en el centro poblado de Quesquento.

Figura 10

Estado Civil, productores de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)

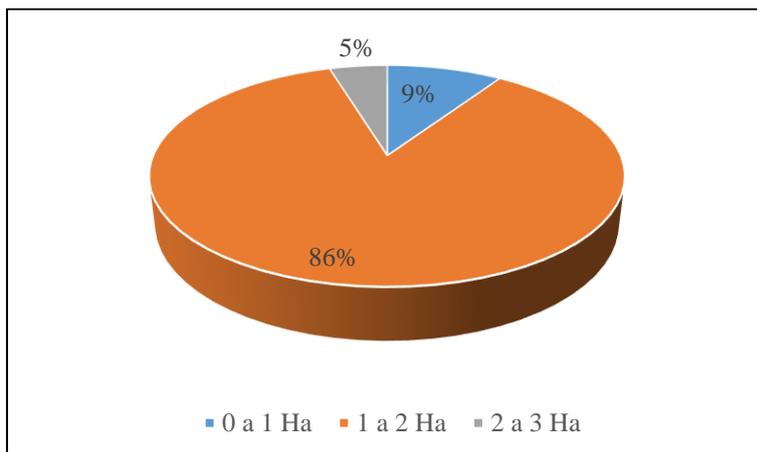


En la figura 10, se expone que el 67% de las personas encuestadas son casadas, seguido del 23% que son viudas y el 9% que son convivientes.

5.1.1. Objetivo específico 1

Figura 11

Hectáreas dedicadas al cultivo de cítricos, Quesquento, 2020 (porcentaje)



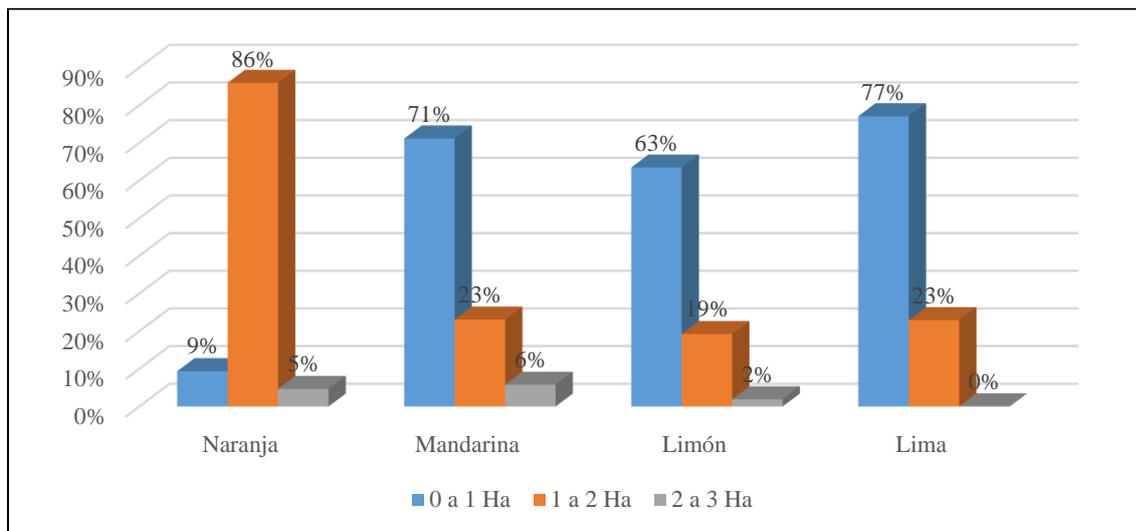
La figura 11 muestra que el 86% de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento destina de 1 a 2 hectáreas de terreno a la producción de cítricos, seguido del 9% que destina menos de una hectárea de terreno a la producción de cítricos y solo el 5% de



productores destina de 2 a 3 hectáreas de terreno para el cultivo de cítricos. Ello demuestra que la mayoría de los productores de la comunidad tienen extensiones pequeñas de tierras destinadas a la producción de cítricos, lo cual limita la producción masiva de estos y no permite una producción a escala que implique la reducción de costos y consecuente aumento de la rentabilidad.

Figura 12

Hectáreas dedicadas al cultivo de cítricos por fruto, Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 12, se puede apreciar que, para la producción de naranja, el 86% de los productores destinan de 1 a 2 hectáreas de terreno, el 9% de menos de una hectárea de terreno y el 5% destina de 2 a 3 hectáreas de terreno. Para la producción de mandarinas, el 71% de los productores destinan menos de una hectárea de terreno, el 23% destina de 1 a 2 hectáreas de terreno y el 6% destina de 2 a 3 hectáreas de terreno. Para la producción de limón, el 63% de los productores destina menos de una hectárea de terreno, el 19% de 1 a 2 hectáreas de terreno y el 2% de 2 a 3 hectáreas de terreno. Para la producción de lima, el 77% destina de menos de una hectárea de terreno y el 23% de 1 a 2 hectáreas de terreno.

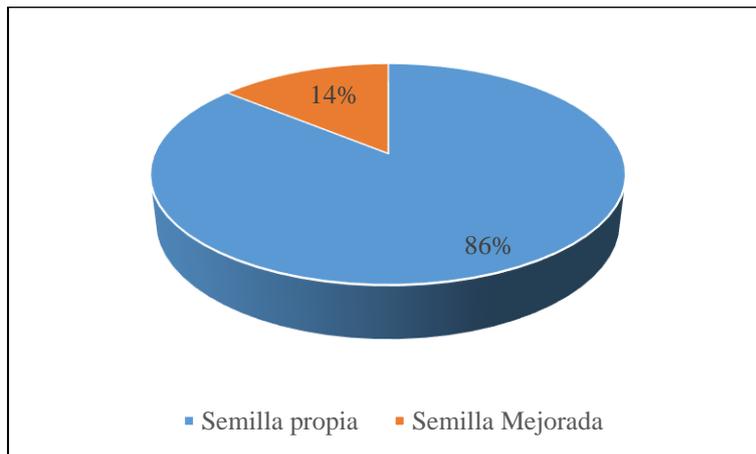
Esto significa que se destina una mayor extensión de tierra para el cultivo de naranjas, mientras que, para los demás cítricos, los productores destinan menos hectáreas de tierra, además, se evidencia que a la producción de lima se destina menor extensión de tierras, esto



podría deberse a la diversidad de requerimientos para la producción de cada fruto, así como a la distinta demanda en el mercado por estos, lo cual reconfigura la decisión de los productores y el ingreso de nuevos productores al mercado.

Figura 13

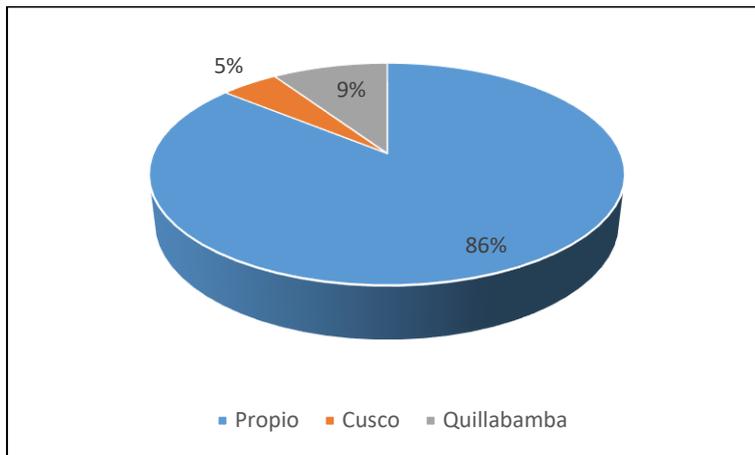
Tipo de semillas, Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 13, se muestra que el 86% de los productores utilizan semillas propias para la siembra de cítricos, mientras que, el 14% utiliza semilla mejorada. Esto evidencia que el uso de semillas mejoradas tiene una incorporación incipiente en la producción de cítricos de Quesquento, la mayoría hace uso de semillas propias, sin embargo, estas generan un menor rendimiento productivo y que los productos obtenidos presenten deficiencias de calidad y tienen dificultad para competir en el mercado.

Figura 14

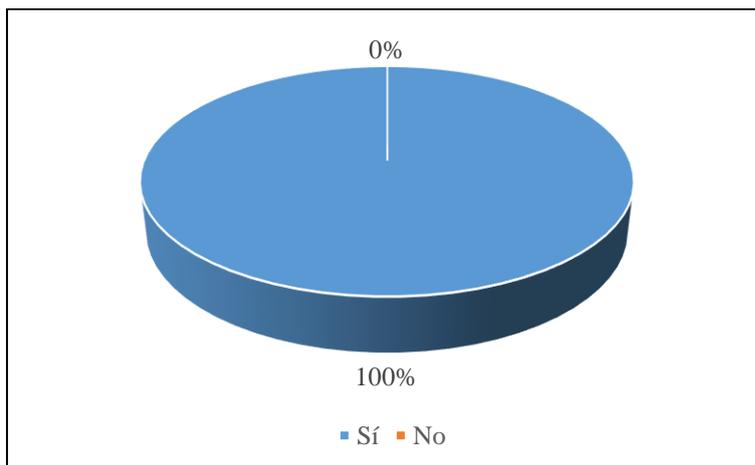
Lugar de compra de las semillas, Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 14, se aprecia que el 86% de los productores de cítricos utilizan sus propias semillas, el 9% compra semilla mejorada en la misma provincia de la Convención y el 5% compra semilla mejorada en la ciudad de Cusco. Es decir, los principales abastecedores de semillas mejoradas son Cusco y Quillabamba, siendo este último escogido con mayor frecuencia por los productores, debido a la cercanía o existencia de contacto con proveedores de confianza.

Figura 15

Uso de abono, Quesquento, 2020 (porcentaje)

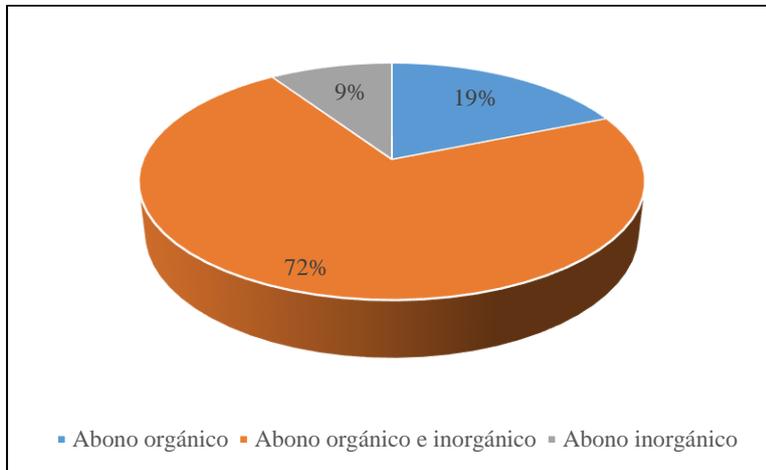


En la figura 15, se muestra que el 100% de los productores del centro poblado de Quesquento utilizan abono para la producción de cítricos, esto posibilita una mejor producción ante la aireación y oxigenación del suelo que mejora la fertilización del suelo a través de la

incorporación de nutrimento y microorganismos, por lo tanto, la calidad del producto se mejora y se fortalece el rendimiento de las tierras.

Figura 16

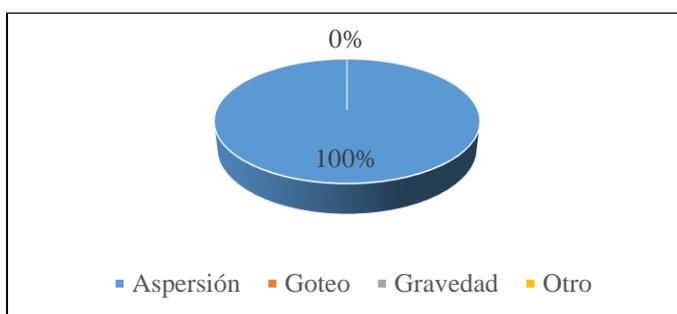
Tipo de abono utilizado, Quesquento, 2020 (porcentaje)



La figura 16, muestra que el 72% de productores de Quesquento utiliza abono orgánico y abono inorgánico en la producción de cítricos, el 19% utiliza abono orgánico que ellos mismos lo preparan y el 9% utiliza abono inorgánico, cabe aclarar que este abono inorgánico es adquirido en las agro-veterinarias de la provincia de la Convención y de la ciudad del Cusco. Se evidencia que la mayoría de los productores utilizan una mezcla de abono orgánico e inorgánico y que son muy pocos los que emplean solo abonos fabricados artificialmente, esto implica que se aprovechen los residuos orgánicos, se genere mayor riqueza de nutrientes de la tierra y, consecuentemente, se cosechen alimentos más sanos y nutritivos.

Figura 17

Tipo de riego, Quesquento, 2020 (porcentaje)

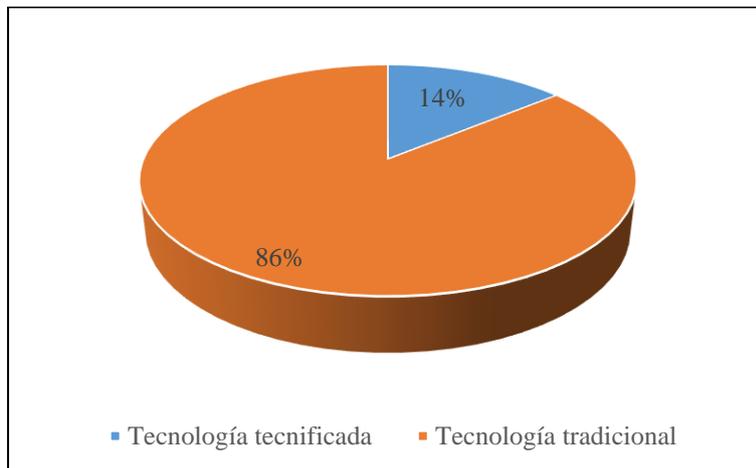




En la figura 17, se expone que el 100% de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento emplean el riego por aspersión. Ello es un factor favorable, considerando que este tipo de riego permite un menor coste de instalación, mayor alcance y un riego continuo y eficiente, es así que se generan menores obstáculos en el terreno y los productores tienen mayor facilidad para ejecutar sus labores, además, la duración de la instalación es amplia y esta es de fácil manejo. Frente a estas ventajas, también se presentan una serie de inconvenientes, el consumo de agua es mayor que por otros tipos de riego, es necesario evaluar adecuadamente la distancia de los aspersores para poder obtener un riego homogéneo de toda la zona.

Figura 18

Tipo de tecnología, Quesquento, 2020 (porcentaje)

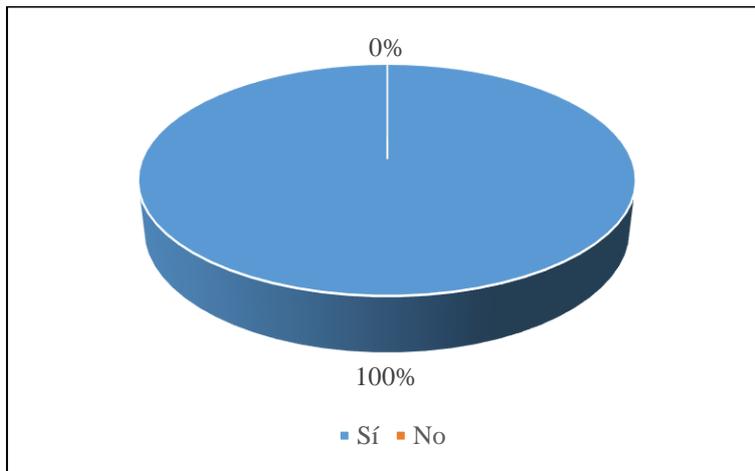


En la figura 18, se aprecia que el 86% de productores de Quesquento utiliza tecnología tradicional (herramientas tradicionales como pala, pico, etc.) y mano de obra para la producción de cítricos, el 14% de los productores utilizan tecnología mecanizada terrenos donde se puede hacer uso de arado, tractor, etc. Esto evidencia que aún no está muy difundido el uso de tecnologías mecanizadas en la producción de la comunidad, por lo que no se puede aliviar la falta de mano de obra ni usar eficientemente los recursos, además, se genera agotamiento de minerales y perjuicios a la calidad del suelo, tornando el proceso menos productivo y competitivo.



Figura 19

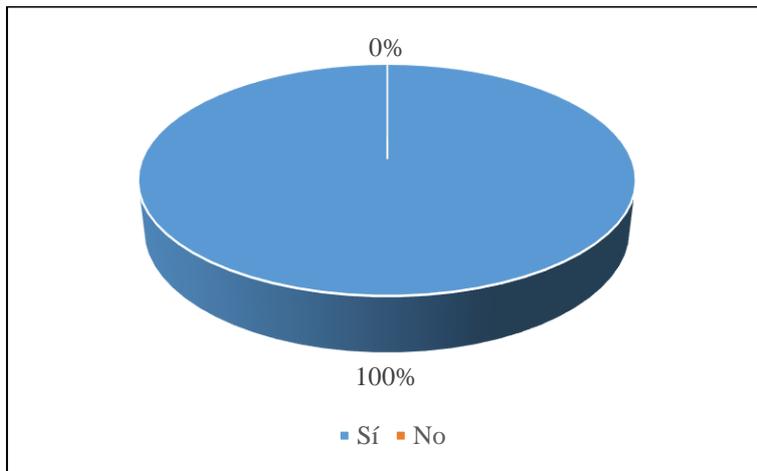
Asociatividad, Quesquento, 2020 (porcentaje)



La figura 19 muestra que el 100% de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento pertenecen a una asociación, siendo esta la asociación “AFRU”. Este resultado muestra una ventaja en la producción de cítricos del centro poblado, ya que la asociatividad permite reducir costos y riesgos, debido a que al ser un conjunto de productores tienen mayor poder de negociación frente a sus proveedores, evitando la postura débil de los pequeños productores en la cadena productiva; adicionalmente, al asociarse tienen mayores posibilidades de acceder a financiamiento, se fortalece la transferencia tecnológica, conllevando a una mayor producción, calidad y productividad.

Figura 20

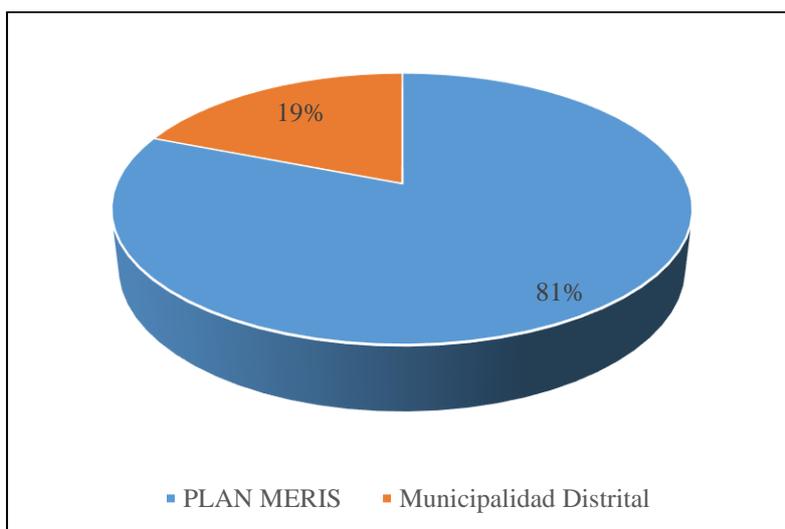
Asistencia técnica, Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 20, se muestra que el 100% de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento reciben asistencia técnica y capacitación. Ello representa un aspecto favorable, tomando en consideración que la asistencia técnica permita generar mayor competitividad para los productores quienes reciben soporte técnico en la producción de cítricos, lo que permite optimizar la producción, obteniendo un producto de calidad con un empleo eficiente de sus recursos.

Figura 21

Institución que brindó asistencia técnica en el sistema de riego, 2019-2020 (porcentaje)

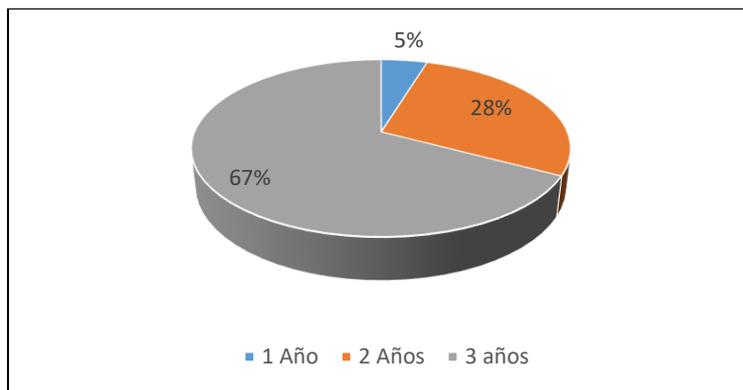




En la figura 21, se muestra que el 81% de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento recibió apoyo del PLAN MERIS, del cual recibieron soporte en la infraestructura del riego por aspersión, permitiéndoles afrontar los problemas de agua en temporadas de secas y sobre todo abandonar la práctica del riego por gravedad que disminuye los nutrientes y erosiona el suelo, por otro lado, el 19% indica que fue la Municipalidad Distrital de Quellouno la institución que les brindó apoyo con el sistema de riego. Esto da evidencia de que los productores sí cuentan con soporte en el aspecto técnica de la producción, sin embargo, es necesario que estas asistencias técnicas tengan un proceso de monitoreo y seguimiento para evaluar el progreso de las actividades agrícolas.

Figura 22

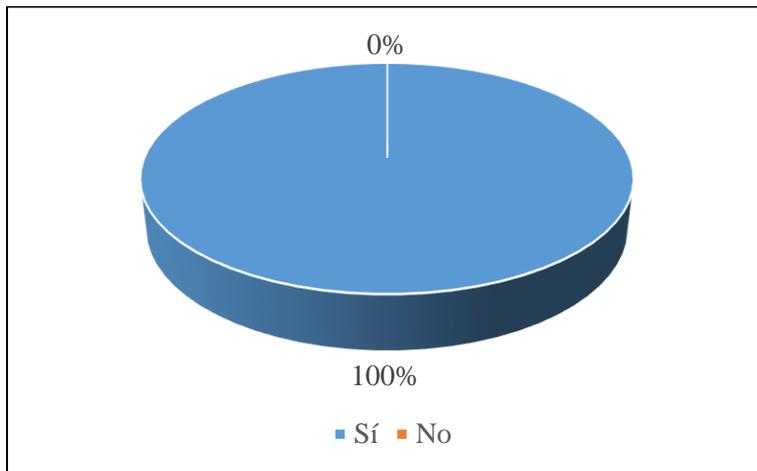
Duración del apoyo, 2019-2020 (porcentaje)



La figura 22 muestra que el 67% de los productores recibieron tres años de apoyo, el 28% indica que recibieron el apoyo por dos años y el 5% que recibieron el apoyo por un año, cabe indicar que estos últimos productores que recibieron apoyo por un año son los que se insertaron hace poco en la producción de cítricos. Esto demuestra que los productores de cítricos de Quesquento sí recibieron apoyo constante de diversas instituciones, lo cual fue un factor relevante en el proceso productivo, sin embargo, no todos pudieron aprovechar este apoyo de manera eficiente, por lo que, al finalizar el proceso de apoyo, algunos productores no mantuvieron las buenas prácticas y estrategias o procesos que se les había brindado.

Figura 23

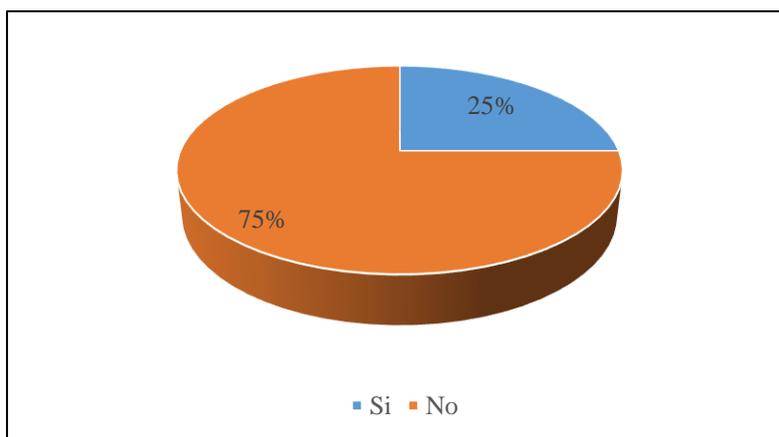
Requerimiento de mano de obra, Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 23, se muestra que el 100% de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento afirmaron que sí contratan personal para la etapa de siembra y cosecha. El número de personal contratado depende del área de terreno que tienen, es decir, los productores con extensiones de tierra más amplias requieren de mayor cantidad de trabajadores para laborar la tierra y el jornal que se les paga por día es de 35 soles, constituyendo un lo sus principales de producción.

Figura 24

Acceso a crédito, Quesquento, 2020(porcentaje)



La figura 24 muestra que el 75% de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento no han recibido crédito para la producción de cítricos, por lo que utilizan sus propios recursos para las campañas de producción; el 25% de los productores sí ha recibido



crédito de instituciones financieras, cajas municipales, prestamistas o familiares para la producción de cítricos. Ello demuestra que el financiamiento es aún una limitante para el proceso de producción porque los productores no tienen los recursos financieros para adquirir insumos o maquinarias con las que puedan optimizar su producción; dentro de ello, el acceso a entidades financieras es aún más complejo para los productores, por lo que se ven en la obligación de recurrir a sus familiares o prestamistas externos para poder financiar su producción.

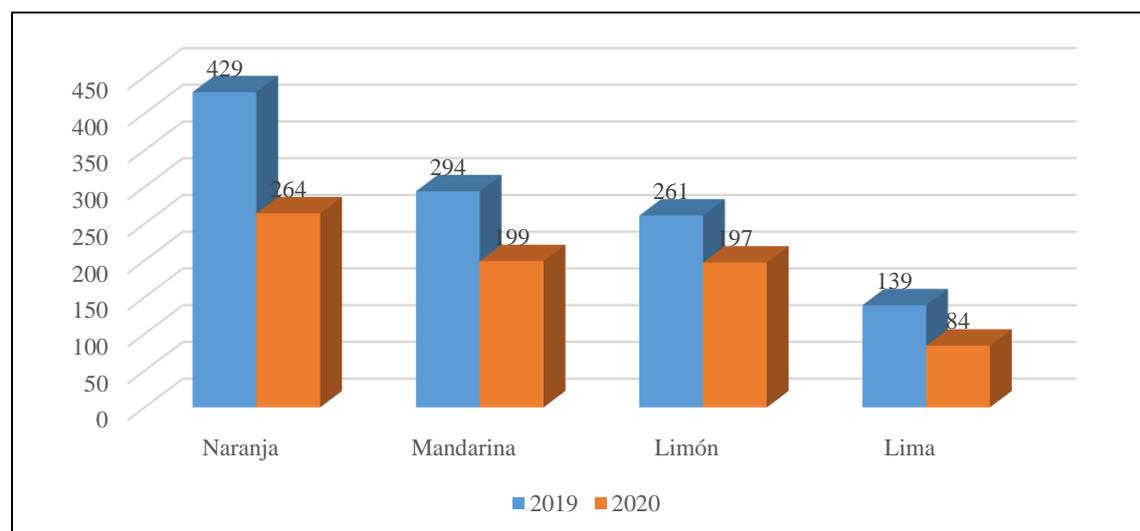
Tabla 10

Producción cítricos Quesquento, 2019-2020 (toneladas)

Producción Toneladas	Naranja		Mandarina		Limón		Lima	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
PROM	17	11	13	9	14	10	14	8
MÁX	25	18	25	18	20	18	20	18
MIN	8	6	8	5	8	5	8	5
Total	429	264	294	199	261	197	139	84

Figura 25

Producción cítricos Quesquento, 2019-2020 (toneladas)



La tabla 10 y la figura 25 muestran que la producción de todos los cítricos obtenida del año 2020 es menor a la del año 2019. La producción de naranja para el año 2019 fue de 429 toneladas de naranja a comparación del año 2020 donde se produjo solo 264 toneladas; en

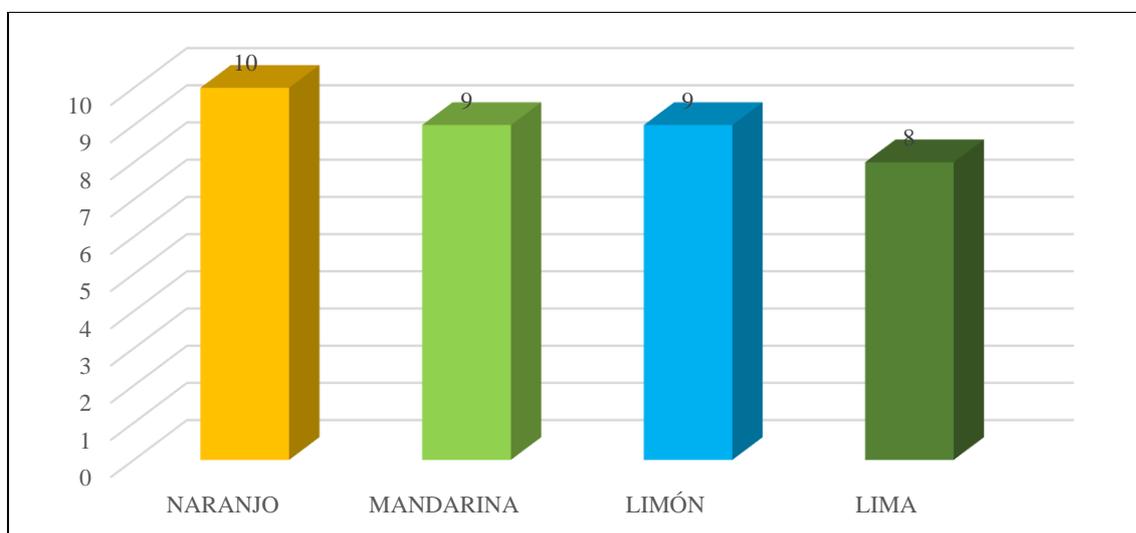


cuanto a la mandarina, para el año 2019 la producción era de 294 toneladas, mientras que, para el año 2020 la producción bajo a 199 toneladas; en el caso del limón, la producción para el año 2019 era de 261 toneladas a comparación del año 2020 que fue de 197 toneladas; y por último, respecto a la lima, para el año 2019 la producción era 139 toneladas a comparación del año 2020 que produjo 84 toneladas.

Estos resultados obtenidos tienen como causa principal que los productores no podían movilizarse a los mercados a inicios de la pandemia debido al toque de queda declarado por el estado peruano y también por el miedo a contagiarse de la COVID 19; ante esta incertidumbre su producción, por lo general, era para su consumo propio o para el trueque que les permitía adquirir de otros productos, haciendo que la producción baje a comparación del año 2019. Asimismo, la demanda se redujo debido a los menores ingresos de las familias consumidoras, por lo que los productores comenzaron a reducir su producción.

Figura 26

Rendimiento de cítricos, Quesquento, 2020 (Tn/Ha)

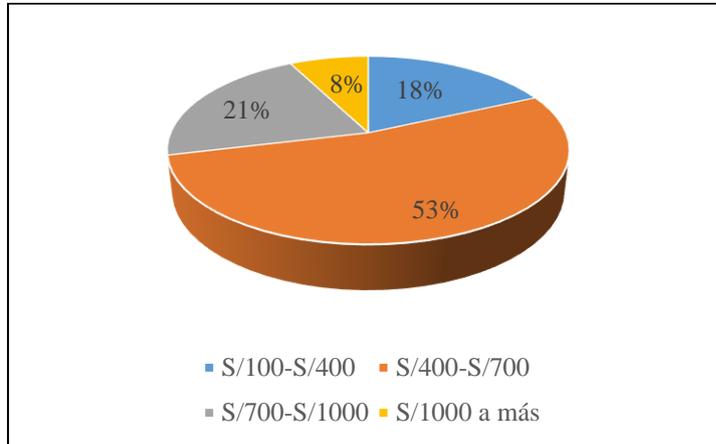


En la figura 26, se muestra el rendimiento de cítricos por hectárea, los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento indican que la producción promedio de naranjo por hectárea es de 10 toneladas, 9 toneladas por hectárea de mandarina y limón y de 8 toneladas por hectárea de lima. Por lo tanto, la naranja tiene mayor rendimiento por hectárea, mientras

que la lima es la que registra un menor rendimiento, esto explicaría la preferencia de los productores por la producción de naranja frente a los demás cítricos.

Figura 27

Costos de producción por hectárea, 2020 (S/)



En la figura 27, se muestra que el 53% de los productores de cítricos incurren en costos de producción por hectárea de entre S/ 400 a S/ 700, seguido del 21% con costos de producción de S/ 700 a S/ 1,000 por hectárea, 18% con costos de entre S/ 100 y S/ 400 por hectárea y un 8% con costos de producción mayores a S/1,000 por hectárea. Esto demuestra los altos costos de producción en los que incurren los productores de cítricos, debido a los elevados costos de insumos y de mantenimiento, considerando que el rendimiento de los cítricos se alcanza, en promedio, a partir del tercer año de sembrado y que los productores no emplean la suficiente tecnología para minimizar costos y generar mayor rentabilidad.

Tabla 11

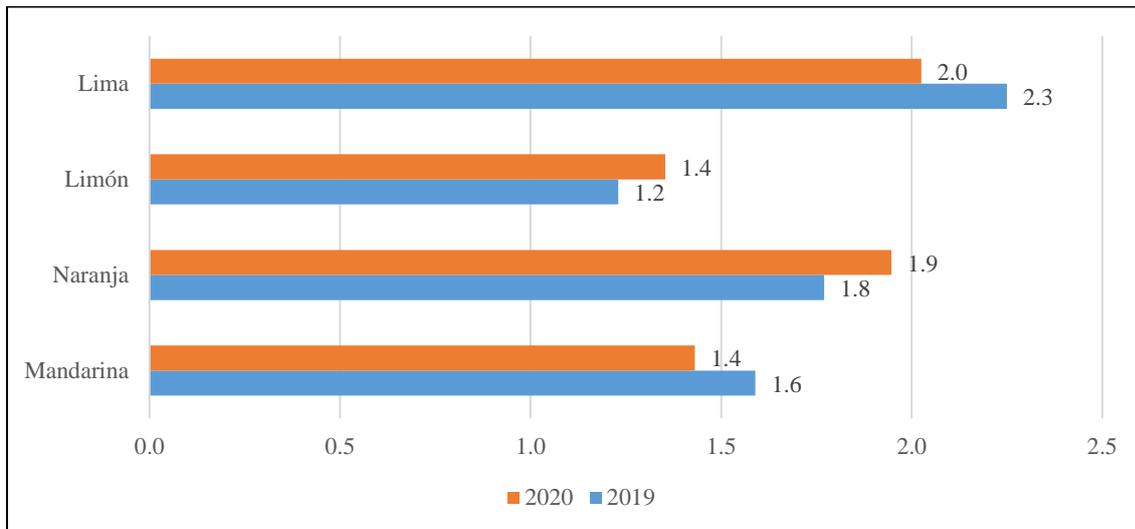
Precio de venta de cítricos por Kg, 2019-2020, Quesquento (soles)

	Mandarina (Kg)		Naranja (Kg)		Limón (Kg)		Lima (Kg)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Promedio	S/1.59	S/1.43	S/1.77	S/1.95	S/1.23	S/1.35	S/2.25	S/2.03
Máximo	S/1.80	S/1.62	S/1.90	S/2.09	S/1.40	S/1.54	S/2.40	S/2.16
Mínimo	S/1.40	S/1.26	S/1.60	S/1.76	S/1.00	S/1.10	S/2.00	S/1.80



Figura 28

Precio de venta de cítricos por Kg, 2019-2020 (soles)



En la tabla 11, se muestra que el precio que cobran los productores de cítricos es en promedio S/ 1.59 por kilogramo de mandarina, siendo el máximo precio cobrado S/ 1.80 y el mínimo S/ 1.40. El precio promedio cobrado por kilogramo de naranja es S/ 1.77, con un máximo de S/ 1.90 y un mínimo de S/ 1.60. El limón en promedio tiene un precio de S/ 1.23, con un máximo de S/ 1.40 y un mínimo de S/ 1.00. Finalmente, la lima tiene un precio de venta promedio de S/ 2.25 por kilogramo, con un máximo de 2.40 y un mínimo de S/ 2.00.

En la figura 28, se registra que, para el año 2020, el precio que cobran los productores de cítricos fue de S/ 1.43 por kilogramo de mandarina en promedio, siendo el máximo precio cobrado S/ 1.62 y el mínimo S/ 1.26. El precio promedio cobrado por kilogramo de naranja fue de S/ 1.95, con un máximo de S/ 2.09 y un mínimo de S/ 1.76. El limón en promedio tuvo un precio de S/ 1.35, con un máximo de S/ 1.54 y un mínimo de S/ 1.10. Finalmente, la lima tuvo un precio de venta promedio de S/ 2.03 por kilogramo, con un máximo de 2.16 y un mínimo de S/ 1.80.

Estos resultados dan a entender que para el año 2020 los productos que subieron de precio fueron la naranja y el limón debido a la demanda que estos productos tenían a inicios de la pandemia causada por el COVID 19, las personas buscaban la manera de protegerse



comprando los productos que en cierta forma contrarrestan a esta enfermedad, por más que los precios eran altos, las personas siguieron comprando estos productos por su grado de importancia, dejando de lado algunos productos complementarios como la mandarina y lima, y al tener bastante producción de estos productos y la baja demanda de los mismos hizo que su valor monetario baje para el año 2020.

Hipótesis específica 1

H₀: La producción de cítricos no contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.

H₁: La producción de cítricos contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.

Tabla 12

Correlación producción de cítricos e ingresos de productores Quesquento.

		Correlaciones		
			Producción de cítricos	Ingreso de los productores
Rho de Spearman	Producción de cítricos	Coefficiente de correlación	1,000	,983**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	66	66
	Ingreso de los productores	Coefficiente de correlación	,983**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	66	66

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

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si P valor $> \alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si P valor $< \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Observando la tabla 19, se muestra el valor de la significación bilateral de $p=0,000 < 0,05$, de tal forma que se acepta la hipótesis alterna (H_1), encontrando así una relación significativa entre la producción de cítricos e ingresos de productores Quesquento. Por otra parte, en el análisis del coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un resultado de $Rho=0,983$, lo que indica que la producción de cítricos contribuye a los ingresos de los productores Quesquento de manera positiva muy alta. Por ende, existe una relación de contribución positiva muy alta entre la variable de producción de cítricos e ingresos de productores.

5.1.2. Objetivo específico 2

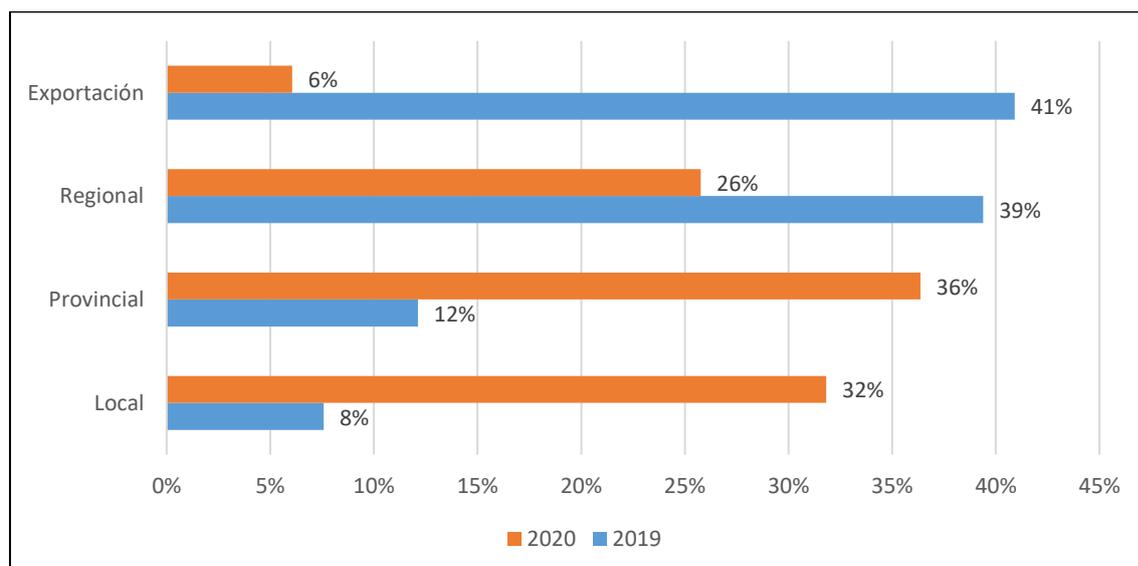
Tabla 13

Destino de producción de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)

Destino de Comercialización	2019		2020	
	f	%	f	%
Local	5	8%	21	32%
Provincial	8	12%	24	36%
Regional	26	39%	17	26%
Exportación	27	41%	4	6%
Total	66		66	

Figura 29

Destinos de la producción de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)





La tabla 12 y figura 29 muestran que, con respecto al año 2019, la comercialización de los productos, en su mayoría, estaban dirigidos a la exportación en un 41%; seguidamente de la comercialización a nivel regional con un 39%; por otro lado, la comercialización en provincias era del 12%; mientras que en su propia localidad la comercialización era del 8%.

Por otro lado, para el año 2020 la comercialización de los productos, en su mayoría, estaban dirigidos a las provincias con un 36%; seguidamente de la comercialización a nivel local con un 32%; por otro lado, la comercialización a nivel regional era del 26%; mientras que para la exportación la comercialización era del 6%.

Estos cambios fueron debido al toque de queda y aislamiento obligatorio decretado por el estado peruano a causa de la COVID 19, ya que para el año 2020 era más difícil para los productores exportar sus productos y para evitar de que su producción merme, la destinaron a comercializarlo más en provincias y en su localidad; mientras que en el año 2019 era al revés ya que la producción estaba más destinada a comercializarlo a nivel regional y exportarlo; ante las restricciones generadas para el año 2020 y a esto sumado la enfermedad del COVID 19 hizo que los productores vendan sus productos a nivel local y regional.

Tabla 14

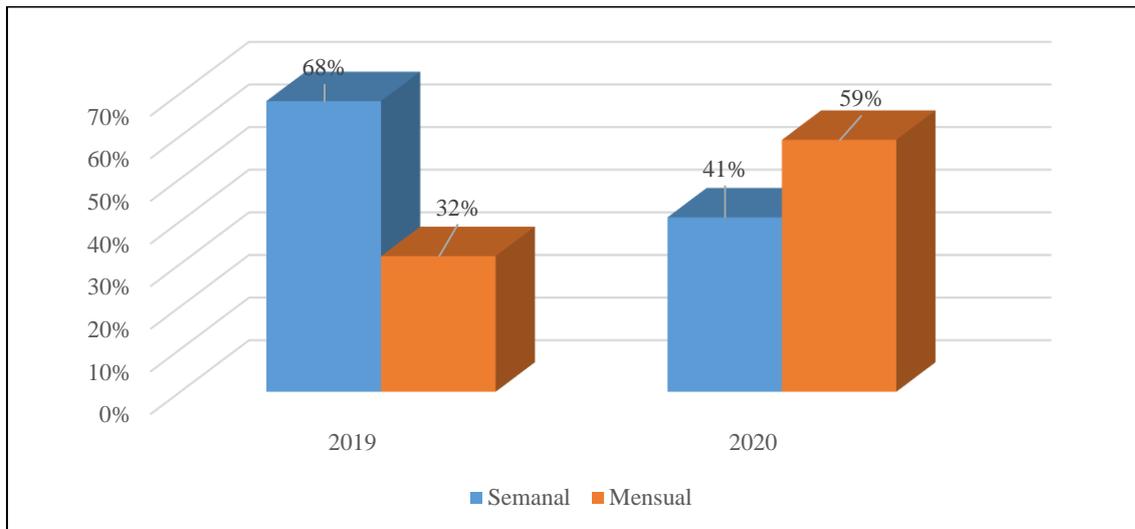
Frecuencia de comercialización de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)

Frecuencia de compra	2019		2020	
	f	%	f	%
Semanal	45	68%	27	41%
Mensual	21	32%	39	59%
Total	66		66	



Figura 30

Frecuencia de Comercialización de cítricos, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)



La tabla 13 y figura 30 exhiben que, con respecto al año 2019, el 68% indica que comercializaba semanalmente sus productos y el 32% de productores de Quesquento comercializaba mensualmente sus productos.

Por otro lado, para el año 2020 se expone que el 59% de productores de Quesquento comercializaba mensualmente sus productos, mientras que, el 41% indica que comercializaba semanalmente sus productos.

Para el año 2020 se evidencia que la frecuencia de comercialización fue principalmente mensual, debido a que las personas trataban de abastecerse mensualmente y en el caso de comprar productos perecibles, preferían comprar esos productos en las tiendas de abarrotes o mercadillos de barrio; estos comportamientos de las personas generaban un grado de riesgo para los productores ya que al no haber afluencia de compra por semana genera a que sus productos perecibles lleguen a malograrse.



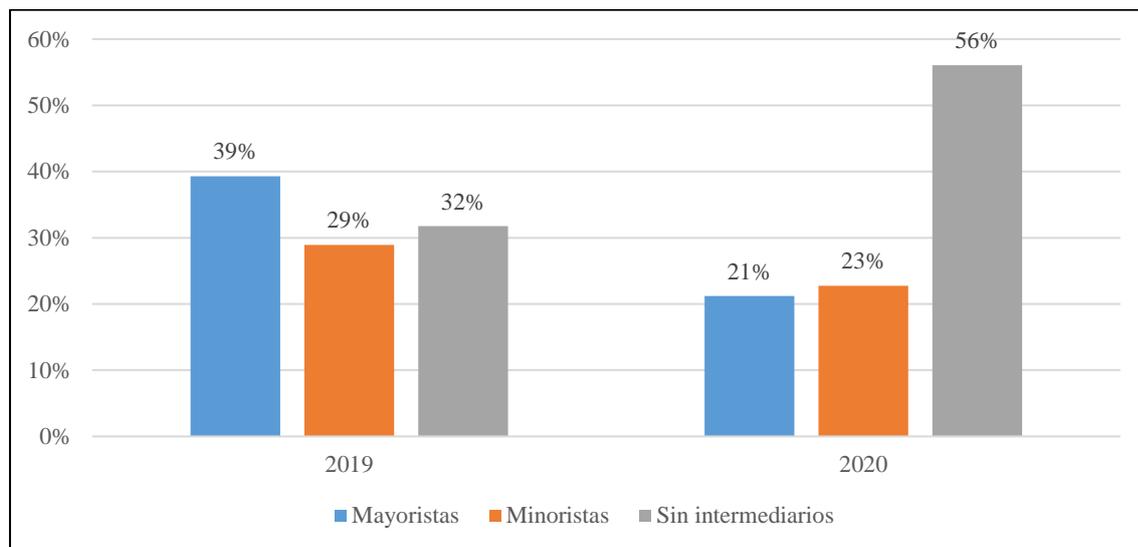
Tabla 15

Canales de comercialización, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)

Canales de comercialización	2019		2020	
	f	%	f	%
Mayoristas	26	39%	14	21%
Minoristas	19	29%	15	23%
Sin intermediarios	21	32%	37	56%
Total	66		66	

Figura 31

Canales de comercialización, 2019-2020, Quesquento (porcentaje)



La tabla 14 y figura 31 expone que, para el año 2019, el 39% de los productores de Quesquento comercializaban sus productos a través de mayoristas, seguido del 32% que no emplean intermediarios, es decir, venden directamente al consumidor final y el 29% que comercializaba a través de minoristas.

Por otro lado, para el año 2020 se expone que el 56% de los productores de Quesquento no comercializaban sus productos a través de intermediarios; seguido del 23% que comercializaban a través de minoristas; mientras que el 21% de ellos comercializaba a través de mayoristas.

En el año 2020 se evidenció que los productores, por la misma necesidad de vender sus productos y que éstos no se mermen, vendían directamente a los consumidores evidenciándose



en muchas ocasiones que llegaban a diferentes barrios vendiendo sus productos a comparación del año anterior donde se demuestra que la mayoría de los productores vendían a través de intermediarios.

Hipótesis específica 2

H₀: La comercialización de cítricos no contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.

H₁: La comercialización de cítricos contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.

Tabla 16

Correlación de la comercialización de cítricos e ingresos de productores Quesquento

		Correlaciones		
			Comercialización de cítricos	Ingreso de los productores
Rho de Spearman	Comercialización de cítricos	Coeficiente de correlación	1,000	,958**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	66	66
	Ingreso de los productores	Coeficiente de correlación	,958**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	66	66

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

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si $P \text{ valor} > \alpha = 0.05$ se acepta H₀

Si $P \text{ valor} < \alpha = 0.05$ se acepta H₁



Observando la tabla 20, se muestra el valor de la significación bilateral de $p=0,000 < 0,05$, de tal forma que se acepta la hipótesis alterna (H_1), encontrando así una relación significativa entre la comercialización de cítricos e ingresos de productores Quesquento. Por otra parte, en el análisis del coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un resultado de $Rho=0,958$, indicándonos que la comercialización de cítricos contribuye a los ingresos de los productores Quesquento de manera positiva muy alta. Por ende, existe una relación de contribución positiva muy alta entre la variable de comercialización de cítricos e ingresos de productores.

5.1.3. Objetivo específico 3

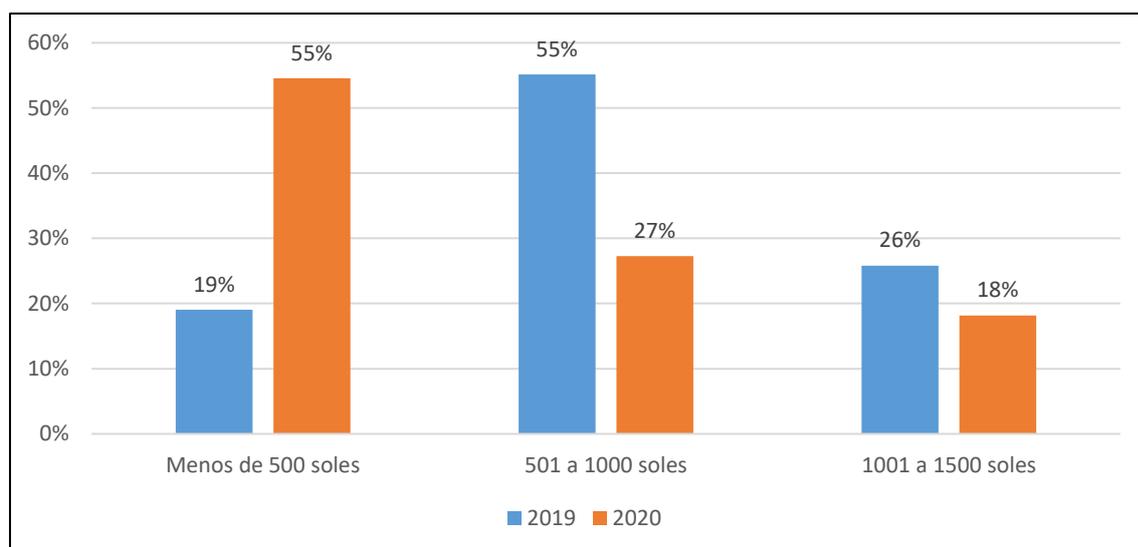
Tabla 17

Ingreso mensual familiar, 2019-2020, Quesquento (S/) (porcentaje)

Ingresos de productores	2019		2020	
	f	%	f	%
Menos de 500 soles	13	19%	36	55%
501 a 1000 soles	36	55%	18	27%
1001 a 1500 soles	17	26%	12	18%
Total	66		66	

Figura 32

Ingreso promedio mensual por venta de cítricos, 2019-2020, Quesquento (S/) (porcentaje)



La tabla 15 y figura 32 muestran que, para el año 2019, el 55% de productores de Quesquento obtuvo ingresos de S/ 501 a S/ 600 mensual, el 26% afirma obtener ingresos de S/



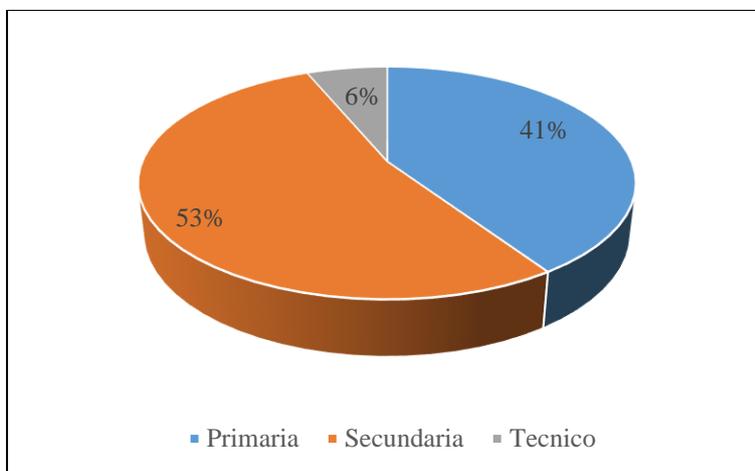
600 a S/ 1,200 mensuales y el 19% indica que solo obtuvieron ingresos entre S/ 401 a S/ 500. Esto demuestra que los productores tienen niveles bajos de ingreso por concepto de producción de cítricos en Quesquento.

Para el año 2020, se observó un ingreso promedio que obtuvieron los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento por la venta de sus productos, el 55% obtuvo ingresos menores a 500 soles mensuales, el 27% afirma obtener ingresos de S/ 501 a S/ 1000 mensuales y el 18% indica que solo obtuvieron ingresos entre S/ 1001 a S/ 1500.

Estos resultados demuestran que, para el año 2020, las familias productoras redujeron sus ingresos debido a las restricciones sanitarias y por el temor a contagiarse hizo que se limitaran a la hora de vender sus productos, así como por las mayores dificultades y obstáculos existentes en la cadena de valor que implicaron una reducción de ventas y la caída de precios de algunos de los productos cítricos, afectando a las familias de Quesquento.

Figura 33

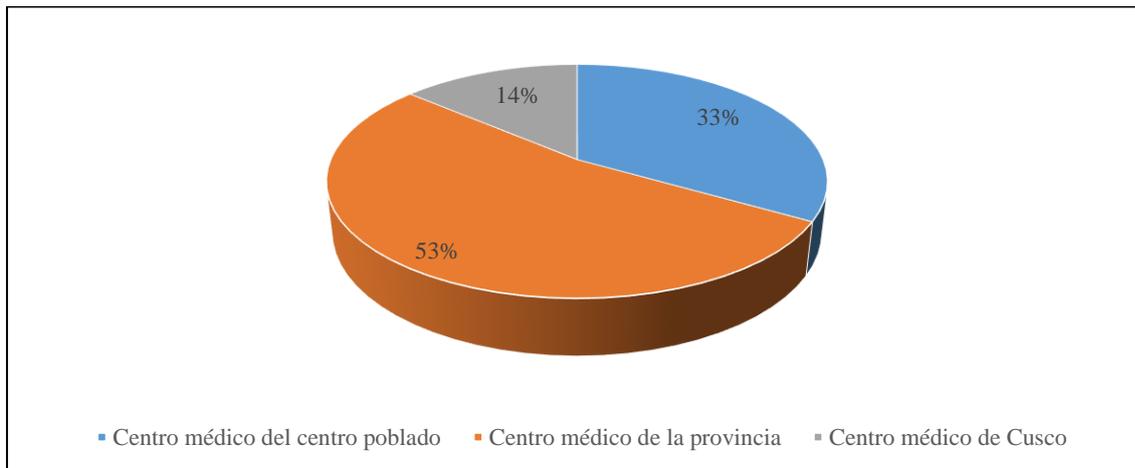
Nivel de educación productores de Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 33, se puede apreciar que el 53% de las personas encuestadas tiene educación secundaria, el 41% afirma tener educación primaria y el 6% tiene educación técnica. Ello evidencia que el nivel de educación de los productores de cítricos es regular, considerando que muy pocos alcanzan niveles superiores de instrucción.

Figura 34

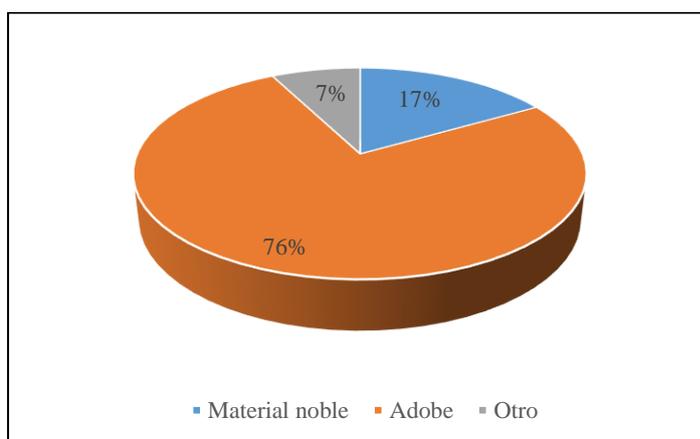
Acceso a salud productores de Quesquento, 2020 (porcentaje)



En la figura 34, se expone que el 54% de los productores de Quesquento acuden al centro médico de la provincia de La Convención ante algún problema de salud que presenten, seguido del 39% que acude al centro médico ubicado en el Centro Poblado y solo el 7% acude a centros médicos de Cusco. Asimismo, el centro médico del Centro Poblado no reúne las características, implemento ni recursos adecuados para brindar un servicio de calidad, sin embargo, gran parte de los productores acude a este debido a la cercanía y carencia de recursos para atenderse en otro centro.

Figura 35

Tipo de vivienda, Quesquento, 2020 (porcentaje)



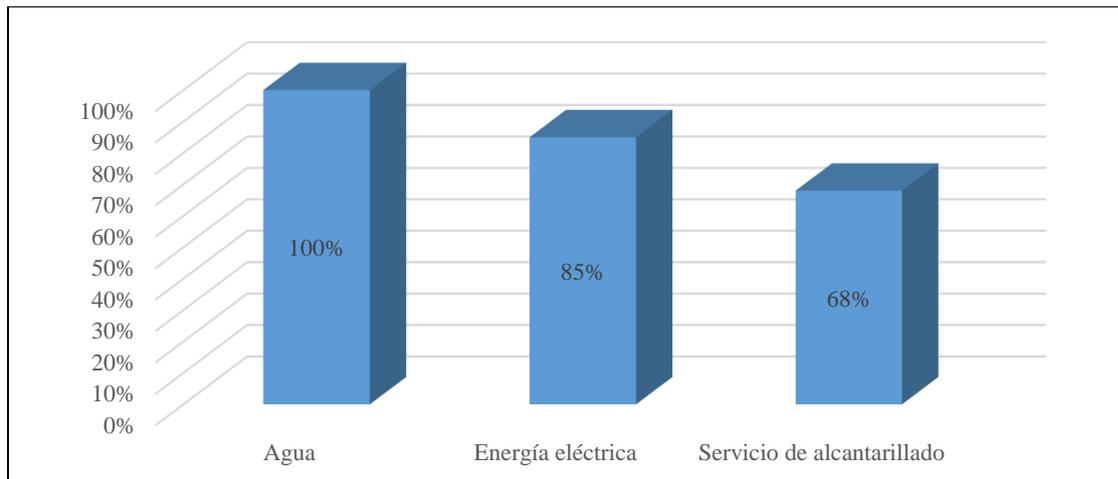
La figura 35 expone que el 76% de los productores de Quesquento tiene viviendas de adobe, seguido del 17% cuyas viviendas son de material noble y el 7% de otro material. Esto



refleja un bajo nivel de calidad de vida en la mayoría de las familias de productores, considerando que el adobe es un material que no asegura condiciones de salubridad e higiene, presenta una alta fragilidad frente a desastres naturales y son vulnerables a la humedad, por lo tanto, no garantizan adecuadas condiciones para las familias.

Figura 36

Acceso a servicios básicos, Quesquento, 2020 (porcentaje)



La figura 36 muestra que, el 100% de productores de cítricos de Quesquento tienen acceso a agua potable, el 85% de productores cuenta con energía eléctrica en sus viviendas y el 68% cuenta con servicio de alcantarillado. Se destaca un nivel regular de acceso a servicios básicos, considerando un mayor rezago en el acceso a servicios de alcantarillado, el cual es fundamental para asegurar condiciones de higiene y prevención de infecciones en los integrantes de la familia, sin embargo, existen varias familias que no poseen este servicio.

Hipótesis específica 3

H₀: Los ingresos económicos de los productores de cítricos son bajos en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.

H₁: Los ingresos económicos de los productores de cítricos son altos en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.

Tabla 18

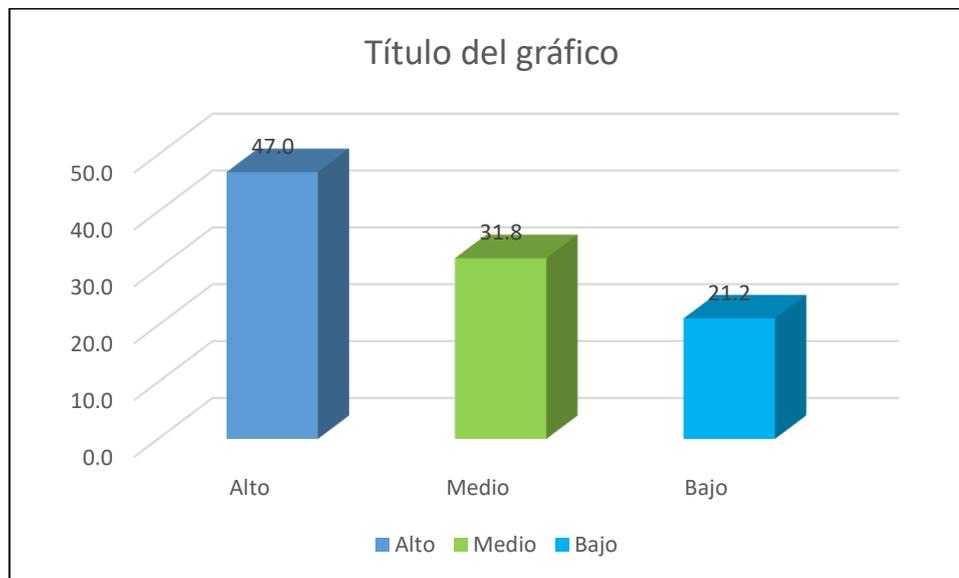
Los ingresos económicos de los productores de cítricos (porcentaje)



Ingresos económicos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	31	47.0	47.0	47.0
	Medio	21	31.8	31.8	78.8
	Bajo	14	21.2	21.2	100.0
	Total	66	100.0	100.0	

Figura 37

Los ingresos económicos de los productores de cítricos (porcentaje)



En la tabla 21 y figura 37, se percibe el nivel de ingresos de los productores de cítricos de Quesquento, el cual ha sido resultado del proceso de baremación desde las respuestas obtenidas de los productos, con el fin de determinar el nivel de ingresos de manera concreta, el mismo que evidencia un nivel alto a un 47% de los pobladores han manifestado que la producción y comercialización de cítricos incrementa sus ingresos económicos de su familia. Por ello se rechaza la hipótesis planteada (H_0 : Los ingresos económicos de los productores de cítricos son bajos en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020), aceptando así la H_1 , Los ingresos económicos de los productores de cítricos son altos en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.



5.2. Resultados respecto al objetivo general

5.2.1. Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach

“La confiabilidad como consistencia interna de un test se define como el grado en que distintos subconjuntos de preguntas o considerandos miden un rasgo o comportamiento homogéneo; es decir, el grado de correlación que es consistentes entre sí.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Alfa de Cronbach (α)

El coeficiente α de Cronbach puede ser calculado por medio de la varianza de los ítems y la varianza del puntaje total. Para calcular el coeficiente de confiabilidad se usó el “coeficiente alfa de Cronbach (α)” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010), cuya ecuación es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

α : Coeficiente de confiabilidad de la prueba o cuestionario

k : Número de ítems del instrumento

S_t^2 : Varianza total del instrumento.

$\sum S_i^2$: Sumatoria de las varianzas de los ítems.



Tabla 19

Criterios para evaluar la confiabilidad de las preguntas o ítems “Coeficiente Alfa de Cronbach (α)”

Escala	Categoría
$r = 1$	Confiabilidad perfecta
$0.90 \leq r \leq 0.99$	Confiabilidad muy alta
$0.70 \leq r \leq 0.89$	Confiabilidad alta
$0.60 \leq r \leq 0.69$	Confiabilidad aceptable
$0.40 \leq r \leq 0.59$	Confiabilidad moderada
$0.30 \leq r \leq 0.39$	Confiabilidad baja
$0.10 \leq r \leq 0.29$	Confiabilidad muy baja
$0.01 \leq r \leq 0.09$	Confiabilidad despreciable
$r = 0$	Confiabilidad nula

Fuente. Metodología de la investigación, Hernandez, Fernandez y Baptista, (2010)

Tabla 20

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,763	32

En la tabla 17, se observa el resultado del índice de coeficiente Alfa de Cronbach tienen un valor de 0.763, confiabilidad alta, por lo que se establece que el instrumento tiene una fiabilidad alta, para el procesamiento de datos, con un número de elementos de 32, los cuales corresponden a la cantidad de reactivos del cuestionario.

5.2.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

H_0 : No existe relación entre la producción y comercialización de cítricos y el ingreso de los productores de cítricos.

H_1 : Existe relación entre la producción y comercialización de cítricos y el ingreso de los productores de cítricos.



Tabla 21

Correlación producción y comercialización de cítricos e ingresos de productores Quesquento

		Correlaciones		
			Ingresos por la producción y comercialización de cítricos	Producción y comercialización de cítricos
Rho de Spearman	Ingresos por la producción y comercialización de cítricos	Coeficiente de	1.000	,770**
		correlación Sig. (bilateral)		0.000
		N	66	66
	Producción y comercialización de cítricos	Coeficiente de	,770**	1.000
correlación Sig. (bilateral)		0.000		
	N	66	66	

Nivel de confianza: 95%

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Criterios de evaluación:

Si $P \text{ valor} > \alpha = 0.05$ se acepta H_0

Si $P \text{ valor} < \alpha = 0.05$ se acepta H_1

En la tabla 18, se puede observar que el $P \text{ valor} = 0.000$ es menor a 0.05, por lo que existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna que plantea que la variable producción y comercialización de cítricos y la variable Ingreso de los productores de cítricos están relacionadas.

El coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.770, lo que significa que la producción y comercialización de cítricos y el ingreso de los productores de cítricos tienen una relación positiva alta y significativa. Es decir, ante una mejora en la producción y



comercialización de cítricos se mejoraría los ingresos de los productores de cítricos de Quesquento.



Capítulo VI: Discusión

6.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

La investigación se realizó con el objetivo de determinar la influencia de la producción y comercialización de cítricos en los ingresos económicos de los productores del centro poblado Quesquento. Se tiene como principales hallazgos:

La producción de cítricos tiene asignada extensiones pequeñas de tierra en Quesquento, resaltando la producción de naranja con entre 1 y 2 hectáreas de cultivo, mientras que, en los demás cítricos predomina el uso de menos de una hectárea. Se destaca que la mayoría de productores no emplean plátanos de injerto mejoradas y todos emplean un sistema de riego por aspersión, con una tecnología tradicional durante el proceso de producción, además, emplean personal para la plantación y cosecha de los cítricos con un jornal de S/ 35 diarios. El total de productores pertenecen a la asociación “AFRU” y recibieron asistencia técnica por de la Municipalidad Distrital de Quellouno, sin embargo, el grueso de productores no accede a crédito para su financiamiento.

El rendimiento de producción de cítricos en Quesquento es, considerablemente, menor que el promedio nacional, a causa de la tecnología tradicional empleada; además, el costo de producción es elevado por los altos costos de insumos y mantenimiento. El volumen de producción de naranjas es mayor que el de los demás cítricos, esto se explica por el uso de mayores extensiones de tierra en su cultivo y por la mayor cantidad de productores dedicados a la producción de este cítrico.

Entre el 2019 y 2020, se registró una caída del volumen de producción del total de cítricos debido a que los productores adversos al riesgo de pérdidas limitaron su producción ante las restricciones sanitarias que implicaron el cierre de mercados, reducción de demanda de algunos productos por el menor poder adquisitivo de las personas, y otros. Cabe destacar que la naranja y limón mantuvieron su demanda fundamentada en las propiedades nutricionales



atribuidas en el contexto del Covid 19, razón por la que sus precios se incrementaron, a diferencia de la mandarina y lima que registraron caída en sus precios por la menor demanda del mercado.

Durante el 2019, se destinaba los productos cítricos de Quesquento, principalmente, a la exportación regional a Arequipa, Abancay y Lima, así como a la región del Cusco; sin embargo, el año 2020, la mayor parte del producto se destinó al mercado local y provincial debido a los altos costos de transporte y demás interferencias de distribución generadas por las medidas restrictivas impuestas ante la pandemia por el Covid19. La frecuencia de compra cambió de ser principalmente semanal en 2019 a ser mensual durante el 2020, considerando la inmovilización social que obligó a las personas a realizar sus compras más esporádicamente. Además, a causa de los mayores costos de transporte y comercialización, los productores empezaron a comerciar sin intermediarios.

Los productores de cítricos de Quesquento registran un nivel regular de educación, alcanzando la mayoría un grado de instrucción de secundaria, tienen un acceso a salud limitado por los recursos económicos y el tipo de vivienda predominante es el de material de adobe. El total de productores tienen acceso a agua potable, sin embargo, existe una brecha en la cobertura de energía eléctrica y servicio de alcantarillado. El nivel educativo vendría a ser un factor importante para la producción y comercialización de los Cítricos. Ya que a mayor capacitación se evidencia mayor manejo de la gestión empresarial.

El ingreso de los productores de cítricos de Quesquento es, en promedio, entre S/ 500 y S/ 1000, sin embargo, este se vio reducido a menos de S/ 500 durante el 2020 a causa de la menor producción, incremento de costos de transporte y comercialización que tornaron menos rentable la actividad, así como por la reducción de precios de determinados cítricos a causa de la menor demanda frente a las restricciones sociales y sanitarias. A pesar de la demanda creciente de la naranja y el limón, no se compensaron las pérdidas de los productores.



6.2. Limitaciones del estudio

Como principal limitación del estudio es la escasa información y estudios a nivel regional acerca de la producción de cítricos en general, asimismo, la investigación, por la naturaleza del diseño metodológico, solo permite establecer la asociación entre las variables, mas no inferior una relación de causa-efecto que posibilite cuantificar el impacto de la producción y comercialización de cítricos en los ingresos de los productores del distrito de Quellouno, por lo que se considera necesario generar nuevas investigaciones relacionadas al tema que brinden resultados con mayor robustez.

6.3. Comparación crítica con la literatura existente

La teoría de desarrollo económico local analiza los procesos de crecimiento y acumulación de capital dentro de una localidad específica, en base a sus recursos, cultura e instituciones. Asimismo, el desarrollo endógeno representa la adecuada utilización de los recursos de una ciudad o región que favorecen el desarrollo económico (García J. , 2020). Enmarcado en ello, se desarrolla la teoría de la economía campesina o agrícola que se aplica al sector primario con el fin de identificar los problemas en el sistema económico y asignación de recursos para reducir los índices de pobreza, contaminación ambiental y una vida más digna de las zonas campesinas (Zuñiga, 2011). Al respecto, la investigación concluye que la producción y comercialización de cítricos favorece los ingresos económicos y calidad de vida de los productores de Quesquento, pero, debido al deficiente manejo de estos procedimientos los productores de la zona registran un bajo nivel de ingresos económicos y carencia de acceso a determinados servicios básicos.

En esta misma línea Caurín (2018) indica que la gestión comercial es un elemento importante para evaluar los beneficios de la actividad comercial. Donde se realiza un tamizaje de las actividades a recrear y el mejoramiento de servicios. En este entender la importancia de la capacitación y el nivel educativo es innegable, ya que estaría vinculado al conocimiento de



la calidad de servicio y la competitividad requerida. Así mismo la producción y comercialización comprenden habilidades comerciales que se verán traducidas positivamente en los ingresos. (EAE Business School, 2021)

La teoría de la producción analiza la interrelación de los factores productivos de manera eficiente para generar un bien o servicio, dentro de ello, se consideran los insumos, procesos, flujos de información, capital y demás (Quiroz, 2016). En relación a ello, Tejada (2012) señala que es necesario la conexión entre determinados recursos para obtener un producto final, los factores de producción agrícola son la materia prima, la mano de obra, la tecnología, y el factor financiero. Para la generación de un bien se amerita la interacción entre empresas que coordinen y colaboren con la satisfacción de necesidad, estas empresas conforman la cadena de suministro o cadena productiva, que comprenden a los proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y el cliente final (Carreño, 2017). Sobre ello, el estudio demuestra que la producción y comercialización de cítricos reúne a una diversidad de actores que aportan una serie de factores relevantes para la generación del bien final, dentro de ello, se evidencia debilidades y aspectos que requieren mejorarse para tener una cadena productiva óptima y eficiente que beneficie a todos los involucrados.

Los resultados de la investigación dan evidencia de que la producción y comercialización de cítricos influyen en los ingresos económicos de los productores del centro poblado de Quesquento, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.770 y un nivel de significancia de 0.000, lo cual se traduce en una relación significativa, positiva y fuerte entre las variables, es decir, ante mejoras en la producción y comercialización de cítricos, se registran mejoras en los ingresos económicos de los productores. Ello coincide con Peña y Hernández (2020) quien concluye que la comercialización de naranja influye en el desarrollo económico de los productores de naranja de Mariscal Cáceres, con un Rho de Spearman 0.759 y una significancia de 0.000, lo cual implica una relación significativa, positiva y fuerte entre las



variables, es decir, ante mejoras en la comercialización de naranja, es mayor el desarrollo económico.

Asimismo, el autor menciona que la plaza tendrá un impacto directo en la fuente de crecimiento económico de los productores de naranja de Mariscal Caseres, sin embargo, este el 59% de los productores no tienen en cuenta este aspecto en la comercialización, ya que venden directamente a los usuarios finales y no son económicamente rentables. De igual manera, se determinó que el producto tendrá un impacto directo en la fuente de crecimiento económico de los productores de naranja Mariscal Caseres en 2018, pero, este enfoque no estaba bien desarrollado porque el 65% de productores nunca había considerado el producto para una comercialización adecuada.

Así mismo el proceso de comercialización debe constar de un sistema formativo para los productores, ya que una de las mayores dificultades en la comercialización es el desconocimiento de la cadena comercial. (Fernández, Martínez, & Ngonu, 2020)

Al respecto, Orejuela y Pardo (2014) alegan que el ingreso por la producción de cítricos en los productores de las parroquias de Lita y La Carolina es de \$ 121.778,50, lo que representa el 26,27% del total de ingresos de los productores. El salario promedio anual para el total de productores encuestados es de \$ 1.861,40, lo que equivale a \$ 155,12 mensuales. Esto significa que el ingreso del productor está por debajo del salario mínimo en el país. Al igual que, García, Reyes y Rubio (2017) quienes manifiestan que el 54% de productores opina que la producción y comercialización de naranja no les permite generar sostenibilidad económica para su familia. Estos resultados se deben a la diferencia de contextos y poblaciones estudiadas, además, de las distintas perspectivas desde las que se aborda el impacto de la producción y comercialización en los ingresos de los productores; los resultados estadísticos demuestran la existencia de una relación entre las variables y la evidencia empírica de los diagnósticos de producción y



comercio de cítricos demuestra que los productores no ven mejorados sus ingresos y nivel socioeconómico debido a las deficiencias en la cadena productiva.

La investigación expone que los productores de cítricos de Quesquento, en su mayoría (86%) poseen extensiones de tierra de entre 1 y 2 hectáreas, coincidiendo con lo encontrado por Canseco y Gerónimo (2017), quien concluye que el 85% de productores tiene extensiones de tierra de entre 0.5 y 10 hectáreas, por lo que se les considera como pequeños productores. En divergencia, Orejuela y Pardo (2014) encontraron que el 36% de productores posee de 5 a 10 hectáreas de tierra, 64% para cultivo de limones, 21% para naranjas y 15% para mandarina. Esto da muestra de que en los dos primeros casos los productores realizan producciones a menor escala, debido a la limitada extensión de tierra que manejan.

El 86% de productores de Quesquento emplea plántones propios no mejorada, el 72% usa abono orgánico e inorgánico, el 100% usa el riego por aspersión, el 86% maneja tecnología tradicional. Al respecto, Orejuela y Pardo (2014) encuentra que el 78% de productores usa plántones de injerto de limón, el 91% para naranja y 83% para mandarina, el 100% de productores se sirve de las lluvias para el riego de sus plantaciones, el 91% de productores emplea abonos orgánicos y el 37% de productores no contratan mano de obra. Esto demuestra que la producción en las parroquias de Lita y La Carolina son más masivas, emplean mejores plántones, abono netamente orgánico, pero su técnica de riego es deficiente comparada a la de Quesquento, manifestando también una tecnología tradicional. Por su parte, García, Reyes y Rubio (2017) encuentra que el 50% de productores posee entre 1-3 manzanas de tierras para cultivo de cítricos, el 39% logra una cosecha anual de más de 601,000 naranjas, el 100% de productores agrícolas de La Paz produce naranjas, 83% mandarina y 66% limones, el 83% utiliza pesticidas, el 78% utiliza químicos y El 45% utiliza fertilizantes orgánicos.

En Quesquento, el 100% de productores pertenece a una asociación y recibe asistencia técnica de entidades públicas, el 100% emplea a personal de trabajo y el 75% no accede a



créditos. En relación a ello, Orejuela y Pardo (2014), el 85% de productores de La Carolina no está afiliada, pero el 54% de productores de Lita sí están asociados, además, solo el 1% tiene crédito disponible para financiar la producción de cítricos y el 35% recibe asistencia técnica, generalmente, de entidades públicas. De igual modo, García, Reyes y Rubio (2017) encontró que el 92% afirma que no existe apoyo en el asesoramiento agrícola y comercial y las pocas capacitaciones son brindadas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, municipalidad distrital de Quellouno.

Asimismo, la producción en Quesquento asciende a 744 toneladas de cítricos en 2020, mostrando una contracción respecto al año 2019 en que la producción llegó a 1,123 toneladas, los costos de producción del 53% son entre S/ 400 y S/ 700, con un precio promedio en 2020 de la mandarina de S/ 1.43, naranja 1.95, limón 1.35 y lima 2.03. Estos resultados coinciden con los de Días (2013) quien encuentra que el 48% de productores mayoristas de Cantón la Maná tienen 100-300 arbustos de naranja en sus huertos, el 26% produce 160,000-200,000 unidades de naranja. El precio asignado por el 55% de productores está entre \$ 3 y \$ 4 por naranjas. En cuanto a los productores minoristas, el 39% posee 50-70 naranjales, el 33% de los minoristas producen de 40.000 a 50.000 unidades de naranjas anualmente, el 50% logra una rentabilidad de \$80 a \$100 anuales, el precio al que vendió naranjas el 52% estuvo entre \$3 y \$4. Al respecto, Orejuela y Pardo (2014) encuentra que en la parroquia La Carolina se produce un total de 114.832 kg de limones, 37.776 kg de naranjas y 25.855 kg de mandarinas, y Lita cosecha 351.583 kg de limones, 92.534 kg de naranjas y 71.714 kg de mandarinas. El rendimiento medio por hectárea es de 9.253 kg para limones, 13.290 kg para naranjas y 11.975 kg para mandarinas., el costo total de producción de cítricos por hectárea es en promedio \$1,750.29

En cuanto a la comercialización, el 36% de productores de Quesquento destina su producción al mercado provincial en 2020 y en 2019 el 39% distribuía al mercado regional,



además, el 56% distribuye sin intermediarios. Al respecto, Días (2013), el 100% de productores mayoristas vende el producto a través de la entrega al intermediario, el 97% de productores minoristas comercializa naranjas a través de intermediarios, el 40% de estos últimos vende directamente al consumidor final y el 72% pertenece a una asociación. De igual modo, Orejuela y Pardo (2014) menciona que el 85% de los productores de La Paz vende su trabajo en la comunidad y el 15% lo vende en otros lugares, el 99% de los productores venden limones a través de intermediarios y el 100% venden naranjas a través de intermediarios. Sobre ello, García, Reyes y Rubio (2017), el 79% vende sus productos a comerciantes independientes y solo el 13% al mercado local. El precio promedio por cada mil naranjas está entre \$ 30,00 y \$ 40,00, y el 100% de productores vende el producto de forma independiente. Asimismo, Canseco y Gerónimo (2017), alega que el 62% emplea intermediarios para la comercialización de sus productos.

En lo concerniente a los ingresos de los productores, el 55% de los productores registró menos de S/ 500 en 2020, respecto al 2019 en el que el 55% recibía entre S/ 501 a S/ 1000, el nivel de educación de los productores es, en su mayoría (53%), de nivel primario, el 53% tiene acceso a salud, el 76% tiene viviendas de material de adobe, el 100% tiene acceso a agua, el 85% tiene acceso a energía eléctrica y el 68% a servicio de alcantarillado. Al respecto, Orejuela y Pardo (2014) encuentra que los hombres representan el 76% y 66% de los productores de cítricos en los municipios de La Carolina y Lita, respectivamente. El 60% y 49% de los productores de las comunidades de La Carolina y Rita, respectivamente, se han graduado de la escuela primaria como el nivel más alto de educación. Por su parte, Canseco y Gerónimo (2017) encuentra que la mayoría (85%) de los productores de limón son hombres, y se destaca la participación de jóvenes, 27% tienen 20-29 años. El 49% de los productores cuentan con educación básica primaria y secundaria y el 97% tiene acceso a energía eléctrica. 88% a agua potable y 26% a drenaje.



6.4. Implicancias del estudio

Mediante el estudio se pudo determinar la influencia de la producción y comercialización de cítricos en los ingresos de productores de Quellouno, con ello se podrá conocer qué aspectos de la producción y comercialización se deben optimizar para lograr mejoras en los ingresos, los cuales constituyen un factor esencial en el desarrollo y calidad de vida de los productores y sus familiares, por lo tanto, es necesario la intervención de entidades públicas y privadas para tornar más eficiente estos procesos y poder generar mayor bienestar en la población de Quellouno, de igual modo, se requiere de investigaciones nuevas que se vinculen al tema y permitan tener una mayor perspectiva de la problemática expuesta.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El proceso de producción y comercialización de cítricos influye positiva y significativamente en los ingresos económicos de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019-2020. Con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.770, que significa una relación positiva alta, con significancia de 0.000, es decir, ante una mejora en la producción y comercialización de cítricos, se genera una mejora en los ingresos de los productores de cítricos de Quesquento.
- La producción de cítricos contribuye de manera significativa, positiva muy alta al ingreso de los productores de Quesquento, debido a que el valor de la significación bilateral hallado en la prueba estadística Rho de Spearman fue de $p=0,000 < 0,05$, de tal forma que se acepta la hipótesis alterna (H1), además en el análisis del coeficiente de correlación se obtuvo un resultado de $Rho=0,983$.
- La comercialización de productos cítricos contribuye de manera significativa, positiva muy alta al ingreso de los productores de Quesquento debido a que el valor de la significación bilateral hallado en la prueba estadística Rho de Spearman fue de $p=0,000 < 0,05$, de tal forma que se acepta la hipótesis alterna (H1), además, en el análisis del coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un resultado de $Rho=0,958$.
- El nivel de ingresos de los productores de cítricos de Quesquento es alto, en vista de que el 47% de los pobladores ha manifestado que la producción y comercialización de cítricos incrementa los ingresos económicos de su familia. Por ello se acepta la hipótesis alterna planteada (H1) Los ingresos económicos de los productores de cítricos son altos en el centro poblado de Quesquento, 2019 – 2020.



Recomendaciones

- Al Gobierno Distrital de Quellouno y al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, se recomienda trazar nuevas políticas y ejes de acción para generar propuestas que permitan la introducción y adopción de nuevas tecnologías de producción y comercialización de cítricos en Quellouno, de manera que se genere un incremento de producción y aumento de la calidad de los cítricos, así como mayor facilidad de comercialización en el mercado local, regional y nacional. Con ello se podrá impactar en los ingresos de las familias productoras y mejorar su calidad de vida.
- Al Gobierno Distrital de Quellouno y a la Dirección Regional de Agricultura Cusco, se recomienda gestionar programas de asistencia técnica y masificación de tecnología en los productores de cítricos del distrito de Quellouno, realizando previamente los estudios correspondientes del suelo y las condiciones climatológicas de la comunidad para seleccionar las mejores estrategias de producción. Asimismo, se sugiere el uso de plántones mejoradas y abonos de calidad que permitan incrementar la calidad y riqueza en nutrientes del producto. Adicionalmente, se debe fomentar la compra de insumos y materiales en asociación para poder tener mayor nivel de negociación, generar una producción masiva y reducir costos.
- Al Gobierno Distrital de Quellouno y las asociaciones de productores de cítricos de Quellouno, se recomienda generar alianzas con intermediarios para poder tener un adecuado flujo de comercialización a menores costos, manteniendo un margen de ganancia justo; asimismo, es necesario fomentar la inserción de los cítricos de Quellouno en el mercado regional y nacional, mediante campañas de difusión del producto en los distintos mercados del país y estableciendo mecanismos que faciliten la distribución de estos en condiciones y tiempos oportunos.



- Al Gobierno Distrital de Quellouno, se sugiere gestionar con las autoridades del sector el mejoramiento del acceso y cobertura de servicios básicos y educación en el distrito. Adicionalmente, es necesario fomentar la producción masiva de cítricos y generar productos de calidad para lograr un incremento en la cantidad producida y poder incrementar los precios, manteniendo la competitividad en el mercado, para lograr un aumento de los ingresos de los productores, de igual modo, una mayor expansión a nivel de mercados significaría mayores ingresos para los productores de cítricos de Quellouno.



BIBLIOGRAFÍA

- Agraria.pe. (23 de abril de 2021). *Producción nacional de cítricos creció 83% entre el 2009 y 2020*. Obtenido de <https://agraria.pe/noticias/produccion-nacional-de-citricos-crecio-83-entre-el-2009-y-20-24203>
- Agüir, J., Such, D., & Berenguer, J. (2000). *Introducción a la Economía*. Madrid: Pirámide.
- Artieda, J., Mera, R., Muñoz, M., & Ortiz, P. (2017). El trueque como sistema de comercialización - Desde lo ancestral. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 1-13.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2011). *Glosario de Término Económicos*. Lima: BCRP.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2008). *"Calidad de Vida: MAs allá de los Hechos"*. Fondo de Cultura Económica.
- Buzón, J. (2018). *Operaciones y procesos de producción*. Madrid: Editorial Elearning.
- Cairó, G., & Franquesa, R. (2020). *Economía mundial: deconstruyendo el capitalismo global*. Barcelona: Ube.
- Canseco, S., & Gerónimo, V. (2017). La producción y la comercialización del limón persa: una alternativa. (*Tesis de pregrado*). Universidad del Mar, Campus Puerto Angel, México. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/330307276_La_produccion_y_la_comercializacion_del_limon_persa_una_alternativa_para_el_desarrollo_de_la_region_Bajo_Mixe_Oaxaca
- Cardenas, G., & Daza, M. (2004). *Diccionario de contabilidad y sistemas de información*. México: Universidad de Guadalajara.
- Carreño, A. (2017). *Cadena de suministro y logística*. Lima: PUCP.



Carro, R. (2004). *El sistema de producción y operaciones*. Universidad Nacional de Mar del Plata.

Comité de Cítricos Chile. (08 de noviembre de 2021). *La Organización Mundial de Cítricos publica la primera previsión de producción del hemisferio sur 2020*. Obtenido de <https://comitedecitricos.cl/noticias-y-actividades/noticias/959-la-organizacion-mundial-de-citricos-publica-la-primera-prevision-de-produccion-del-hemisferio-sur-2020>

Cornejo, W. (2016). Calidad de Vida. *Rev. enferm. vanguard*, 4(2), 56-75. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/230-Texto%20del%20art%C3%ADculo-887-1-10-20200130.pdf>

Días, M. (2013). Producción, Comercialización y Rentabilidad de la Naranja (Citrus Aurantium) y su Relación con la Economía del Cantón la Maná y su Zona de Influencia, Año 2021. (*Tesis de pregrado*). Universidad Técnica de Cotopaxi, La Maná. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1567/1/T-UTC-2125.pdf>

Díaz, I., Rondán, F., & Díez, E. (2020). *Gestión de precios*. Madrid: ESIC Editorial.

Gálvez, J. (5 de Febrero de 2017). *Comercialización*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

Garay, S. (2017). Estrategias de comercialización para el posicionamiento de naranja huando de la provincia la Convención, en la ciudad del Cusco 2016. (*Tesis de pregrado*). Universidad Alas Peruanas, Cusco. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12990/4847/Tesis_Estrategias_Comercializaci%C3%B3n_Naranja.pdf?sequence=1



- García, E., Reyes, M., & Rubio, N. (2017). Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de Jugo de Naranja que Contribuya a la Autosostenibilidad Económica de los Productores Agrícolas del Municipio de San Pedro Nonualco, Departamento de La Paz. (*Tesis de pregrado*). Universidad de El Salvador, San Salvador. Obtenido de <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/15020/1/TESIS%20EJEMPLAR.pdf>
- García, J. (2019). *Record Mundial en el Sector Cítricos*. Madrid. Obtenido de <https://www.agrodigital.com/wp-content/uploads/2019/09/citricosp192c.pdf>
- García, J. (2020). *Anales de economía aplicada (2018): economía del transporte y logística porturia*. Europa: Uhu.es.
- González, Á. (2017). *Metodos de compensación basado en competencias 3ra edición*. Colombia: Universidad del norte.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Hernández, R., Fernández, R., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hilguita, L., & Cardona, J. (2015). Concepto de calidad de vida en la adolescencia: una revisión crítica de la literatura. *CES Psicología*, 155-168.
- Huanca, M. (2016). Prospeccion de la comercializacion de limon sutil (*citrus aurantifolia*) en el distrito de Santa Ana – La Convencion – Cusco. (*Tesis de pregrado*). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco. Obtenido de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/1877/253T20160773.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



INEI. (2019). *Compendio Estadístico Perú 2018*. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1635/cap13/cap13.pdf

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA. (2018). *Manual 5: el mercado y la comercialización*. Costa Rica: IICA.

Instituto Nacional de Estadística [INEI]. (2021). *Producción Nacional*. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/02-informe-tecnico-produccion-nacional-dic-2020.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Participación de la Población en la Actividad Económica, 2017*. Lima. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1676/libro.pdf

ITESA. (enero de 2019). *Modelo Talento Emprendedor*. Obtenido de [itesa.edu.mx: https://www.itesa.edu.mx/_app/vista/default/pdf/Antolog%c3%ada_M%c3%b3dulo_IV.pdf](https://www.itesa.edu.mx/_app/vista/default/pdf/Antolog%c3%ada_M%c3%b3dulo_IV.pdf)

Krugman, P., & Wells, R. (2015). *Microeconomía*. España: Reverté S.A.

Landa, R. (2014). Análisis de la producción y comercialización del limón en Argentina. (*Tesis de pregrado*). Pontificia Universidad Católica Argentina, Buenos Aires. Obtenido de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/370/1/doc.pdf>

Magaña, P. (2008). *XII Congreso internacional de investigación en ciencias*. México: Colima.

Maxi, G. (2017). *Determinantes de la producción del Cuy en el Distrito de Marangani Provincia de Canchis Departamento de Cusco, Periodo-2016*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.



MEF. (2004). *Ingresos*. Lima: MEF.

MINAGRI. (2015). *Acronimos y glosario de terminos*. Lima.

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI]. (2021). *El agro en cifras*. Lima.

Obtenido de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1692287/Bolet%C3%ADn%20Mensual%20%22El%20Agro%20en%20Cifras%22%20-%20Diciembre%202020.pdf>

Mochón, F. (2008). *Economía. Principios y Aplicaciones*. México: McGraw-Hill Editores.

Monsalve, G. (2019). *Programacion y conrol para sistemas productivos y de servicios*.

Colombia: Fondo editorial.

Municipalidad Distrital de Quellouno. (2019). *Plan de Gobierno 2019-2022*. La Convención.

Obtenido de

<https://declara.jne.gob.pe/ASSETS/PLANGOBIERNO/FILEPLANGOBIERNO/3530.pdf>

Nicholson, W. (2008). *Teroía Microeconómica*. México: CENGAGE Learning.

OCDE. (2018). *Revisión de Políticas Agrícolas de la OCDE: Colombia 2015*. Colombia:

OCDE.

Orejuela, Y., & Pardo, M. (2014). Estudio de la producción de los cítricos en las parroquias de

Lita y La Carolina (Corredorbarra – San Lorenzo) en el periodo 2009-2012 y propuestas de medidas de mejoramiento. (*Tesis de pregrado*). Universidad Central del Ecuador,

Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/3100>

Oswaldo, J. (2017). *Fundamentos de la produccion*. Bogotá: Miembro de la red Ilumno.



- Peña, J., & Hernández, L. (2020). La comercialización y su influencia en el desarrollo económico de los productores de naranja en Mariscal Cáceres – 2018. (*Tesis de pregrado*). Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto, Tarapoto. Obtenido de [https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3912/ADMINISTRACI%
c3%93N%20-%20Jos%c3%a9%20Pe%c3%b1a%20Valles%20%26%20Leonor%20Hern%c3%a1n
dez%20Tuesta.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3912/ADMINISTRACI%c3%93N%20-%20Jos%c3%a9%20Pe%c3%b1a%20Valles%20%26%20Leonor%20Hern%c3%a1ndez%20Tuesta.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Philip, K. (2016). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2018). *Microeconomía*. España: Pearson.
- Porter, M. (2004). *Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Editorial CECSA.
- Quiñonez, O., Castillo, S., Bruno, C., & Oyarvide, R. (2020). *Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador*. Ecuador: Revista de Ciencias Sociales.
- Quiroz, B. (2016). *Microeconomía*. Ancash: Imprenta GRAPHIC CHIMBOTE SAC.
- Rivera, I. (2014). *Principios de microeconomía: Un enfoque de sentido común*. Lima: Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Robert, F. (2010). *Microeconomía y Conducta*. España: McGrawHill.
- Saldías, C., Pineda, J., & Helmsing, A. (2017). *Universidad y desarrollo regional. Aportes del Cider en sus 40 años*. Colombia: Ediciones Uniandes.
- Tejada, A. (2012). *Factores Productivos que permiten mejorar la productividad del Arroz en el sector Magdalena: Tembladera- Cajamarca (Posgrado)*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.



United States Department of Agriculture [USDA]. (2021). *Citrus: World Markets and Trade*. Washington. Obtenido de <https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/w66343603/b8516k98g/2514ph35q/citrus.pdf>

United States Department of Agriculture [USDA]. (2021). *Citrus: World Markets and Trade*. Washington. Obtenido de <https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/w66343603/b8516k98g/2514ph35q/citrus.pdf>

Vasquez, G. (2019). Propuesta de un plan de negocio para una plantación de mandarina w. murcott, en la primera etapa de la irrigación majes, provincia de Caylloma, región Arequipa – 2018. (*Tesis de posgrado*). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9169/CODvadugah.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zapata, R., Soriano, E., Gonzáles, A., Márquez, V., & López, M. (2015). *Educación y Salud en una sociedad globalizada*. España: Universidad de Almería.

Zuñiga, C. (2011). *Texto basico de economia agricola*. Nicaragua: UNAN. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Sfv-Yr1xdE4C&oi=fnd&pg=PR19&dq=Teor%C3%ADa+de+la+econom%C3%ADa+agropecuaria&ots=qGY20MSzRH&sig=8iCqCEwF0s5GaG-B1vn92Y1O05A#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20de%20la%20econom%C3%ADa%20agropecuaria&f=false>



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La presente encuesta tiene por objetivo de recopilar información para realizar el trabajo de investigación denominado: **“INFLUENCIA DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CITRICOS EN LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES EN ELCENTRO POBLADO DE QUESQUENTO AÑOS 2019 - 2020** Dirigido a los productores de la comunidad campesina de Quesquento, siendo las encuestas de carácter anónimo, por lo que solicitamos responder a nuestras preguntas:

Fecha de encuesta Hora N° de encuesta

I. ASPECTOS GENERALES DEL POBLADOR

1.1 Lugar donde vive el poblador

Provincia
Distrito
Comunidad

1.2 Género: Masculino Femenino

1.3 Edad:

1.4 Estado civil:

Soltero(a) Conviviente Casado(a)

Divorciado(a) Viudo(a)

1.5 Cual es su nivel educativo actual

Primaria Secundaria Técnico Universitario

1.6 Cual es la actividad principal a la que se dedica

Agricultura Ganadería Otros

II. PRODUCCIÓN DE CÍTRICOS

¿Cuántas hectáreas utiliza usted para el cultivo de cítricos?

HECTAREAS	NARANJO	MANDARINA	LIMON	LIMA
500M - 1,000M				
1,001M - 2,000M				



2,001M - 3,000M				
1 TOPO - 2 TOPOS				
2 TOPOS - 3 TOPOS				
1 HA - 2 HA				
2 HA - 3 HA				
MAS DE 3 HA				

2.1. ¿Cuánto tiempo lleva en la producción de cítricos?

1-5 años 6-10 años 11-15 años Más de 15 años

2.2. ¿Qué tipo de semillas utiliza para el cultivo de cítricos?

Semilla propia Semilla certificada Natural Transgénico

Dónde lo compra?.....

2.3. ¿Usa usted abono? Si No

2.4. ¿Qué tipo de abono utiliza Usted?

Abono orgánico:

Abono inorgánico:

2.5. ¿Qué cantidad utiliza:

2.6. ¿Dónde lo compra? Precios

2.7.¿Qué tipo de riego utiliza para el cultivo de cítricos?

Por gravedad Si No

Por goteo Si No

Por aspersión Si No

Lluvias Si No

2.8. Alguna institución pública o privada le ayuda o apoya con el riego:

2.9. ¿Durante cuánto tiempo recibió la ayuda o apoyo?

2.10. ¿Qué tipo de tecnología utiliza para el cultivo de cítricos?



Tecnología tradicional Como cuales:

Tecnología tecnificada Como cuales:

Tecnología mixta Como cuales:

2.11. ¿Su capital de inversión es:

Propio:

Préstamo del banco:

Préstamo de familiares:

Otros:

2.12. ¿Cuáles son los principales problemas que tiene en la producción de cítricos?

Plagas Créditos asistencia técnica Otros

2.13. ¿Cuánto tiempo es la producción de estos cultivos?

CULTIVOS	TIEMPO DE PRODUCCIÓN
NARANJO	
LIMON	
MANDARINA	
LIMA	

2.14. ¿Cuánto es el costo promedio de producción de cítricos por hectárea?

2.15. ¿Considera usted rentable la actividad productiva de cítricos? Si No

2.16. ¿Cuánto personal contrata para la producción y cosecha de cítricos?

2.17. ¿Cuánto es el jornal diario que paga por trabajador?

2.18. ¿Recibe asistencia técnica o capacitación para mejorar la producción de cítricos? Si No

2.19. ¿Qué Institución le capacito?

2.20. ¿Pertenece alguna asociación de productores de cítricos? Si No

2.21. ¿Ha recibido crédito de alguna financiera para la producción de cítricos? Si No



2.22. ¿Cuál es el rendimiento promedio de producción de cítricos por hectárea?

RENDIMIENTO POR HECTÁREA	NARANJO	MANDARINA	LIMON	LIMA
KILOGRAMOS HA				

2.23. ¿Qué cantidad de cítricos cosecha en promedio por temporada?

KG POR HA	NARANJO	MANDARINA	LIMON	LIMA
1 A 100 KG				
101 A 150 KG				
151 A 200 KG				
201 A 250 KG				
251 A 300 KG				
301 A 350 KG				
351 A 400 KG				
401 A 500 KG				
MAS DE 500 KG				

III. COMERCIALIZACIÓN DE CÍTRICOS

3.1 ¿Cuál es el destino de su producción de cítricos? Consumo familiar % Mercado%

3.2. ¿Dónde comercializa la producción de cítricos? Mercado Ferias Intermediarios

3.3. ¿Su producción de cítricos los comercializa en los mercados?

Locales:

Departamento:

Regional:

3.4. ¿Cuál es el volumen de ventas de cítricos promedio por mes?

KG POR HA	NARANJO	MANDARINA	LIMON	LIMA
1 A 100 KG				
101 A 150 KG				
151 A 200 KG				
201 A 250 KG				
251 A 300 KG				
301 A 350 KG				



351 A 400 KG				
401 A 500 KG				
MAS DE 500 KG				

3.5. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su familia por la venta de cítricos?

INGRESOS	NARANJO	MANDARINA	LIMON	LIMA
MENOS DE 100 SOLES				
101 A 150 SOLES				
151 A 200 SOLES				
201 A 250 SOLES				
251 A 300 SOLES				
301 A 350 SOLES				
351 A 400 SOLES				
MAS DE 400 SOLES				

3.6. ¿Cada que tiempo obtiene sus ingresos por la venta de cítricos?

MENSUAL	
SEMANAL	

3.7. ¿Cómo considera los ingresos obtenidos por la venta de cítricos?

BUENO	
REGULAR	
MALO	

3.8. ¿Qué problemas más comunes tiene para comercializar los cítricos?.....

.....

3.9. ¿A qué valor vende el kilogramo de cítricos?

CITRICOS	PRECIO POR KILOGRAMO
NARANJO	
LIMON	
MANDARINA	
LIMA	

3.10. ¿Cuál de las siguientes situaciones considera que es la más complicada a la hora de comercializar su producción de cítricos?

Costo de transporte Negociar precios con compradores Otros.....



3.11. ¿Qué tipo de transporte utiliza para trasladar su producto?

3.12. ¿Con los ingresos obtenidos por la producción y venta de cítricos que ha logrado mejorar en su familia?.....

.....

3.13. ¿Considera usted que esta actividad le ha permitido mejorar su situación económica? Si No

3.14. ¿Por qué?



COSTOS DE PRODUCCIÓN

ACTIVIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
LABORES CULTURALES			
LIMPIEZA TERRENO			
DESHIERBE			
SIEMBRA			
SEMILLAS			
ALQUILER DE YUNTA O MAQUINARIA			
MANO DE OBRA			
RIEGO			
MANO DE OBRA			
PAGO POR EL AGUA			
FERTILIZACIÓN			
ABONO			
MANO DE OBRA			
CONTROL DE PLAGAS Y ENFERMEDADES			
MANO DE OBRA			
INSUMOS			
CONTROL DE MALEZA			
MANO DE OBRA			
COSECHA			
MANO DE OBRA			
TRANSPORTE			
OTROS COSTOS			
TOTAL			

AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN

.....
MGT. Walter Claudio Beizaga Ramírez



MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Metodología	Técnicas
¿De qué manera el proceso de producción y comercialización de cítricos influye en los ingresos económicos de los productores en el centro poblado de Quesquento 2019 - 2020?	Determinar de qué manera el proceso de producción y comercialización de cítricos influyen en los ingresos económicos de los productores en el centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020.	El proceso de producción y comercialización de cítricos influye significativamente en los ingresos de los productores del centro poblado de Quesquento – 2019 - 2020.	Variable Dependiente: Ingresos de los productores	Económico Calidad de vida	Tipo de Investigación El tipo de investigación en curso es cuantitativo ya que su objetivo es la valorización cuantitativa de la producción y comercialización de cítricos y su incidencia en el nivel de ingreso de las familias del centro poblado de Quesquento.	Fichas, Análisis de Contenidos, Encuestas
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			Método de la Investigación El método a utilizarse en la presente investigación es el método Hipotético deductivo para la recopilación de los datos cuantitativos y cualitativos de la producción y comercialización de cítricos, en el centro poblado de Quesquento y su incidencia en el nivel de ingreso de las familias. <i>Noexperimental</i> <i>La investigación es de tipo no experimental ya que no se hace manipulación de las variables</i> <i>Longitudinal</i> <i>Es longitudinal, porque se va recolectar datos a lo largo del periodo de tiempo.</i>	Encuesta entrevista, Ficha de observación
<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera la producción de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020? • ¿De qué manera la comercialización de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020? • ¿Cuáles son los ingresos económicos de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020? 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar de qué manera la producción de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020 • Determinar de qué manera la comercialización de cítricos contribuye al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020 • Conocer los ingresos económicos de los productores de cítricos del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> • La producción de cítricos contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020. • La comercialización de cítricos contribuye significativamente al ingreso de los productores del centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020. • Los ingresos económicos de los productores de cítricos son bajos en el centro poblado de Quesquento, 2019 - 2020. 	Variable Independiente: Producción y comercialización de cítricos	Factores productivos Ciclo productivo Sistema de comercialización		



PROCEDIMIENTOS DE APLICACIÓN DE PRUEBAS ESTADÍSTICAS

Para la contrastación de hipótesis que la investigación amerita se seguirá el siguiente procedimiento:

1. En principio, se realizará el análisis de fiabilidad de Alfa de Cronbach que permitirá comprobar la confiabilidad del instrumento aplicado a la muestra de estudio.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	66	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	66	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.763	32

2. Posteriormente, se realiza la prueba de normalidad, utilizada en este estudio fue la prueba de Kolmogorov. Esto se debe a que se tiene una muestra de más de 50 casos. Al analizar los resultados, el valor de significación asintótica (ambos lados) obtenido por esta prueba es claro, se obtuvieron valores menores a 0.05, por lo tanto, es posible afirmar que los datos no están normalmente distribuidos; en consecuencia, la prueba de relación utilizada es la prueba de Rho-Spearman.

Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	Sig.
Económico	.208	.000



Calidad de vida	,145	,000
Factores productivos	,236	,000
Ciclo productivo	,189	,000
Sistema de comercialización	,211	,000

3. Finalmente, se aplica la prueba de correlación de Rho de Pearson

Correlaciones				
		Ingresos por la producción y comercialización de cítricos		Producción y comercialización de cítricos
Rho de Spearman	Ingresos por la producción y comercialización de cítricos	Coefficiente de correlación	1.000	,770**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Producción y comercialización de cítricos	N	66	66
		Coefficiente de correlación	,770**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	66	66