

**UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**ECONOMISTA**

**“COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y SU RELACION CON**  
**EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LOS PRODUCTORES DE LA**  
**ASOCIACIÓN VALLE DE ECHARATI, CUSCO 2024”**

**Autores:**

Br. Fredy Camaza Alagon

Br. Erlin Caparo Zamora

**Asesora:**

Mg. Erika Nina Garcia

**Santa Ana, La Convención, Cusco**

**2024**

## **II. TÍTULO Y LINEA DE INVESTIGACIÓN**

“COMERCIALIZACIÓN DE CACAO E INCIDENCIA EN EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN VALLE DE ECHARATI, CUSCO 2024”

**Línea de investigación:**

Gestión pública y desarrollo social

### III. DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

#### HOJA DE DECLARACION JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Erlin Caparo Zamora, identificado  
(a) con DNI N° 45688755, Bachiller de la Escuela Profesional  
de Economía, domiciliado(a) en La calle/Jirón/Av  
Av. Abancay s/o del Distrito Queloune Provincia La Convención  
Departamento Cusco Celular 968222417 Email: erlin.caparo.zamora.1@outlook.es

**DECLARO BAJO JURAMENTO:** Que la tesis que presento es original e inédita, no siendo copia parcial ni total de una tesis desarrollada, y/o realizada en el Perú o en el extranjero, en caso contrario de resultar falsa la información que proporciono, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del código penal concordante con el Art. 32° de la Ley N° 27444, y la ley del procedimiento Administrativo general y las Normas Legales de Protección a los Derechos de Autor.

En fe de lo cual firmo la presente.

Santa Ana, 10 de enero del 2024



DNI N° 45688755

## IV. REPORTE DE SIMILITUD



# Informe del Detector de Plagio Viper

tesis Fredy y Erlin.docx  
escaneado May 30, 2024

Mgt. Erika Nina Garcia  
DNI: 48228964  
Docente Asesor

Porcentaje Total

**5%**

2.0%

GUÍA PARA ELABORAR PROYECTO DE TE...

<http://ulp.edu.pe/assets/archivos/investigacion/guia->

0.7%

La cadena agro productiva de cacao y el esta...

<https://blog.iica.int/blog/cadena-agro-productiva-cac>

0.6%

La comercialización de frutas y su relación co...

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/>

0.3%

NIVELES SOCIOECONOMICOS 2009 - APEIM

<http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2022/08/AP>

0.3%

GUÍA PARA ELABORAR INFORME DE TESI...

<http://ulp.edu.pe/assets/archivos/investigacion/guia->

**V. FIRMA DE JURADOS**  
**UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**UNIVERSIDAD**  
**LÍDER PERUANA**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA**

**“COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y SU RELACIÓN CON  
EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LOS PRODUCTORES  
DE LA ASOCIACIÓN VALLE ECHARATI, CUSCO 2024”**

Presentado por Camaza Alagon Fredy y Caparo Zamora Erlin

Presidente:

---

Nombre: Dr. Jeronimo Soria Mormontoy  
Grado académico: Maestro

Primer Miembro:

---

Nombre: Angel Jaime Orduña Ventura  
Grado académico: Maestro

Segundo Miembro:

---

Nombre: Alejandro Rojas Luque  
Grado académico: Maestro

## VI. DEDICATORIA

*A Dios por guiarme durante mi vida dándome fortaleza, paz y amor.*

*A mi padre Guillermo Camaza, por su apoyo abnegado en mis estudios y proyectos de vida demostrándome su amor, paciencia y fe en mí.*

*Sería difícil olvidar en estos momentos a alguien que vive y vivirá por siempre en mi corazón y en mis pensamientos, con todo el inmenso amor de un hijo a su madre Lucila.*

*Dedico también a mi querida hija, esposa y hermanos por su apoyo constante y por el cariño y amor que me ofrecen.*

*Mis Docentes, que con su invaluable apoyo hicieron realidad la culminación de la presente tesis y a mis amigas que constantemente me dieron su apoyo.*

*Camaza Alagon Fredy*

*A mi querida familia,*

*Este trabajo es un reflejo del amor, apoyo y sacrificio que han demostrado a lo largo de mi vida.*

*A mis padres por su inquebrantable fe en mí y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia, gracias por ser mi guía y mi inspiración en cada paso del camino.*

*A mis hermanos, por su compañía y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles.*

*A mis cuñados por sus sabios consejos y por su motivación para lograr mi meta.*

*A mi pareja por estar a mi lado y otorgarme la dicha de ser padre y estar siempre motivado.*

*Con todo mi amor y gratitud*

*Caparo Zamora Erlin*

## **VII. AGRADECIMIENTO**

## VIII. ÍNDICE DE CONTENIDO

I.	PORTADA.....	i
II.	TÍTULO Y LINEA DE INVESTIGACIÓN.....	ii
III.	DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD .....	iii
IV.	REPORTE DE SIMILITUD.....	iv
V.	FIRMA DE JURADOS .....	v
VI.	DEDICATORIA .....	vi
VII.	AGRADECIMIENTO .....	vii
VIII.	ÍNDICE DE CONTENIDO .....	viii
IX.	ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
X.	ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
XI.	RESUMEN .....	xiii
XII.	ABSTRACT.....	xiv
	CAPÍTULO I.....	1
	Planteamiento del problema.....	1
1.1	Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2	Formulación del problema.....	2
1.2.1	Problema General .....	2
1.2.2	Problemas específicos.....	2
1.3	Objetivos de investigación.....	3
1.3.1	Objetivo general.....	3
1.3.2	Objetivo específicos.....	3
1.4	Formulación de hipótesis .....	3
1.4.1	Hipótesis general.....	3
1.4.2	Hipótesis específicas.....	3
1.5	Justificación de la investigación .....	3
1.5.1	Justificación teórica .....	3
1.5.2	Justificación práctica.....	4
1.5.3	Justificación de implicancia social .....	4
1.5.4	Justificación metodológica .....	4
1.6	Delimitaciones de la investigación .....	4
1.6.1	Espacial.....	4
1.6.2	Temporal.....	4

1.6.3 Teórico .....	4
CAPÍTULO II. Marco teórico .....	6
2.1 Antecedentes de la investigación .....	6
2.1.1 Antecedentes internacionales .....	6
2.1.2 Antecedentes nacionales .....	7
2.1.3 Antecedentes locales y regionales .....	8
2.2 Bases teóricas .....	10
COMERCIALIZACIÓN .....	10
NIVEL SOCIO ECONÓMICO .....	11
2.2.1 Identificación y conceptualización de variables .....	14
2.2.2 Operacionalización de variables .....	14
2.3 Marco conceptual .....	15
CAPÍTULO III. Metodología de la investigación .....	17
3.1 Tipo de investigación .....	17
3.2 Enfoque de la investigación .....	17
3.3 Diseño de la investigación .....	17
3.4 Alcance de la investigación .....	17
3.5 Población y muestra .....	17
3.5.1 Población .....	17
3.5.2 Muestra .....	18
3.6 Técnica e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.6.1 Técnica .....	18
3.6.2 Instrumento .....	18
3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	18
3.8 Confiabilidad y validez .....	19
CAPÍTULO IV. Resultados, contrastación de hipótesis y discusión .....	21
4.1 Resultados .....	21
4.2 Contrastación de hipótesis .....	27
4.3 Discusión .....	30
CONCLUSIONES .....	32
RECOMENDACIONES .....	33
Anexo I Operacionalización de variables .....	40
Anexo II Matriz de consistencia .....	41
Anexo III Instrumento de recolección de datos .....	43

Anexo IV Juicio de expertos.....	46
Anexo V Autorización de la asociación para realizar la encuesta.....	48
Anexo IV Panel fotográfico.....	49

**IX. ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1</b> ] Interpretación del coeficiente de Rho de Spearman .....	19
<b>Tabla 2</b> Coeficiente de Alpha de Cronbach Comercialización de cacao .....	19
<b>Tabla 3</b> Coeficiente de Alpha de Cronbach Nivel socio económico .....	19
<b>Tabla 4</b> Estadísticos descriptivos Toneladas de cacao ofertado .....	23
<b>Tabla 5</b> Correlación Comercialización de cacao y nivel socio económico .....	27
<b>Tabla 6</b> Correlación Comercialización y Nivel social .....	28
<b>Tabla 7</b> Correlación comercialización de cacao y nivel económico .....	29

## X. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Niveles socioeconómicos 2023 .....	13
Figura 2 Distribución de los niveles socioeconómicos en el Perú 2023.....	13
<b>Figura 3</b> Diagrama de sectores Producto de comercialización de cacao .....	21
<b>Figura 4</b> Diagrama de sectores Canales de distribución .....	21
<b>Figura 5</b> Diagrama de sectores Ventas .....	22
<b>Figura 6</b> Gráfico de dispersión Quintales de café vendidos última cosecha .....	22
<b>Figura 7</b> En esta última campaña ¿Logró cubrir la demanda de cacao?.....	23
<b>Figura 8</b> Grado de instrucción del jefe del hogar .....	24
<b>Figura 9</b> Acceso a salud .....	24
<b>Figura 10</b> Habitaciones en la vivienda.....	25
<b>Figura 11</b> Personas que viven permanentemente en el hogar.....	25
<b>Figura 12</b> Material predominante en los pisos de su vivienda.....	26
<b>Figura 13</b> Bienes en el hogar (respuesta múltiple) .....	26

## XI. RESUMEN

La investigación titulada “COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y SU RELACION CON EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN VALLE DE ECHARATI, CUSCO 2024” busca por objetivo general Establecer la relación de la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, para lo cual realiza la investigación desde el paradigma cuantitativo, tipo básico, alcance correlacional y diseño no experimental. La población en estudio fueron los productores de la asociación Valle de Echarati, el tamaño de esta fue de 11 productores , la muestra estuvo conformada por todos los elementos de la población debido a su tamaño. Se concluye que se concluye a un nivel de significancia del 0.05 que se tiene evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada pues el valor de  $p = 0.034$  es menor a 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.529.

*Palabras clave:* Comercialización de cacao, nivel socioeconómico.

## XII. ABSTRACT

The research titled “COCOA MARKETING AND ITS RELATIONSHIP WITH THE SOCIOECONOMIC LEVEL OF THE PRODUCERS OF THE VALLE DE ECHARATI ASSOCIATION, CUSCO 2024” seeks the general objective of establishing the relationship between cocoa marketing and the socioeconomic level of the producers of the Association. Echarati Valley in the Province of La Convencion, Cusco region in the year 2024, for which the research is carried out from the quantitative paradigm, basic type, correlational scope and non-experimental design. The study population was the producers of the Valle de Echarati association, its size was 11 producers, the sample was made up of all elements of the population due to its size. It is concluded that at a significance level of 0.05 there is statistically significant evidence to affirm that there is a significant relationship between the commercialization of cocoa and the socioeconomic level of the producers of the Valle de Echarati Association in the Province of La Convencion region. Cusco in the year 2024, likewise this is moderately positive since the value of  $p = 0.034$  is less than 0.05 and the Spearman's Rho correlation coefficient is 0.529.

*Keywords:* Cocoa marketing, socioeconomic level.

## CAPÍTULO I.

### Planteamiento del problema

#### 1.1 Descripción de la realidad problemática

El cultivo del cacao es una de las principales actividades de las poblaciones rurales de países como Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Perú y México. Esta actividad se ha convertido en el sustento de muchas familias en Latinoamérica, desde México hasta Brasil, el 90% de la producción cultivada es realizada por la agricultura familiar, en donde la brecha tecnológica dificulta que productividad del cultivo y deficiente calidad de la almendra por tanto pérdidas en los ingresos de los productores. Los productores de cacao en los países de América Latina y el Caribe comparten muchas problemáticas que requieren ser atendidas de acuerdo con su particularidad y dinámica del territorio (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador [INIAP], 2020).

En Ecuador de acuerdo al Censo Nacional Agropecuario del 2014 reporta que de las 1441 fincas cacaoteras, solo 93 corresponden a unidades productivas con personería jurídica, que especialmente se ubican en fincas del rango a las 20 a 30 hectáreas y más, corresponde solo al 7% de las fincas, pero concentran el 22% del área sembrada de cacao, La escolaridad de los productores(as) cuantificó a 1348 personas, de los cuales 243 productores(as) no cuentan con ninguna escolaridad, especialmente en los rangos de las fincas menores o iguales a 0.5 hectáreas a las 2 hectáreas. La gran mayoría de los productores (64%) cuentan con primaria (completa o incompleta) y están ubicados también en el rango de tamaño de finca hasta las 2 hectáreas. El resto de los productores no cuenta con ninguna escolaridad. La mayoría de las personas productoras de cacao se ubican en el rango de edad de 40 a 69 años y en el rango de las fincas de 0.5 a 2 hectáreas, con una mayor incidencia en el grupo de edad de los 50 a los 59 años. El 21.6% de las personas productoras de cacao (291 personas) son menores a los 40 años que representan un gran potencial para realizar el relevo generacional de los productores de esta actividad. La producción de cacao está en manos de personas de sexo masculino en un total de 1030 fincas y dominan un total 2133.5 hectáreas del área sembrada de las cuales 1742.2 hectáreas estaban en edad de producción en el año 2014. Las mujeres participan en la producción de 318 fincas cacaoteras, correspondiente al 24% del total de las fincas y tienen a su cargo el 13% del área sembrada de cacao (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador [INIAP], 2020).

En el Perú, el cacao es un producto de gran importancia, con presencia en 16

regiones. Según el Ministerio de Agricultura y riego, actualmente son casi 90,000 los productores que se dedican a este cultivo, que alcanzó una producción de 136,870 toneladas en 2018 y un rendimiento por hectárea (promedio nacional) de 940kg (Minagri). Estas cifras resultan relevantes ya que muestran un incremento sostenido desde el 2011 cuando la producción anual era de 54,550 toneladas y el rendimiento de 630 kg. por hectárea. La mayor producción de cacao en el Perú proviene de la agricultura familiar

En la provincia de La Convención se cultiva el cacao chuncho, donde hay cerca 18 mil 500 hectáreas de cultivo de cacao, de las cuales el 70% es cacao nativo Chuncho (Servicio Nacional de Sanidad Agraria [Senasa], 2019), gran número de agricultores se dedican a esta actividad teniendo como ingreso principal es por esta razón que la comercialización de sus productos sea adecuada para cubrir sus necesidades y las de las familias. Los niveles de productividad de cacao han disminuido en la zona debido a problemas como los diferentes rendimientos por el tipo de cacao, la tolerancia a las plagas, enfermedades y calidad todas estas variables inciden en el rendimiento del cultivo y por ende en la comercialización. Dado que esta actividad es una de las principales actividades económicas en la zona es necesario cuantificar si esto tiene incidencia en el nivel socio económico de los productores de cacao es por ello la presente investigación ahondará en la relación entre la comercialización del cacao y el nivel socioeconómico de los productores de cacao en esta ocasión de los asociados a la Asociación Valle de Echarati.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿Cuál es la relación entre la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cuál es la relación entre la comercialización de cacao y el nivel social de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la comercialización y el nivel económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La

Convención región Cusco en el año 2024?

### **1.3 Objetivos de investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Establecer la relación de la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

#### **1.3.2 Objetivo específicos**

- Establecer la relación entre el nivel social y la comercialización de cacao de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.
- Establecer la relación entre el nivel económico y la comercialización de cacao de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

### **1.4 Formulación de hipótesis**

#### **1.4.1 Hipótesis general**

La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle Echarati en en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

#### **1.4.2 Hipótesis específicas**

- La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel social de los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.
- La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel económico de los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

### **1.5 Justificación de la investigación**

#### **1.5.1 Justificación teórica**

La justificación teórica de una investigación está relacionada a la inquietud del investigador en profundizar enfoques teóricos que buscan explicar un problema , esto con la finalidad de agregar conocimiento respecto a la línea de investigación (Fernandez, 2020).

El cultivo de cacao es una actividad importante en el contexto de estudio que es el distrito de Echarati es especial en la asociación Valle de Echarati, por lo cual la

investigación busca comprender como esta actividad mediante su comercialización se relaciona con el nivel socio económico y social de los productores.

### **1.5.2 Justificación práctica**

La justificación practica se refiere a los aportes prácticos o directos relacionados a la problemática estudiadas (Fernandez, 2020).

La investigación ayudará a entender como la comercialización de cacao se relaciona con el nivel socioeconómico de los productores de cacao y proporciona información crucial para discernir que practicas podrían ayudar a mejorar el nivel socio económico de los productores de cacao a través de las buenas prácticas en la comercialización de cacao.

### **1.5.3 Justificación de implicancia social**

Las investigaciones deben de contar con una relevancia social logrando trascender para la sociedad y cuenten con una proyección social, además que estos puedan ayudar a entender los problemas que aquejan a un grupo social (Fernandez, 2020).

La investigación muestra la realidad de los productores de cacao en la zona de Echarati particularmente los asociados a la Asociación Valle de Echarati respecto al nivel socio económico y como manejan la comercialización del cacao. Esta información es importante publicarla pues puede ser tomado en cuenta por autoridades o futuros investigadores para poder profundizar más en este tema y esto beneficie a los productores de cacao de la zona en estudio.

### **1.5.4 Justificación metodológica**

La justificación metodológica de la investigación es la acción de proponer o desarrollar un método o estrategia que permita obtener conocimiento valido o confiable (Fernandez, 2020).

En la presente investigación se propone un instrumento de recolección de datos el cual fue adaptado al contexto en estudio.

## **1.6 Delimitaciones de la investigación**

### **1.6.1 Espacial**

La investigación se realizó en la Asociación Valle de Echarati en el distrito de Echarati provincia de La Convención departamento del Cusco.

### **1.6.2 Temporal**

La investigación se realizará durante los meses de abril y mayo del 2024

### **1.6.3 Teórico**

La investigación se delimita en las teorías relacionadas a la comercialización de

cacao y nivel socioeconómico.

## **CAPÍTULO II. Marco teórico**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

Castillo et al. (2022) en la investigación titulada “Caracterización socioeconómica de pequeños productores cacaoeros de dos cooperativas en el norte centro de Nicaragua” busco por objetivo describir las características socioeconómicas de los pequeños productores de dos cooperativas cacaoeras. Para lo cual la investigación se realizó desde el enfoque cuantitativo y de alcance correlacional descriptivo, mediante una encuesta se recopiló los datos de 140 productores de las cooperativas en estudio. Una de las principales conclusiones es que el 82.9% de los productores tienen como actividad fundamental la comercialización de cacao, más se encontró que los ingresos percibidos por esta actividad son insuficientes por lo que requieren dedicarse a otras actividades para poder cubrir las necesidades de su familia, adicionalmente se encontró que son varones los cuales son principalmente los agentes productivos tienen una edad promedio mayores de 35 y más de la mitad solo cuentan con primaria completa, esto hace que sea complicado la implantación de conocimientos especializados y la implementación de nuevas tecnologías.

En la investigación titulada “Factores culturales en la comercialización de cacao en Manabí-Ecuador” , Ureta et al. (2023) busco por objetivo determinar de qué manera los factores culturales influyen en la comercialización de cacao desde la perspectiva de los pequeños productores y los directivos de las asociaciones gubernamentales competentes en el sector cacaoero para lo cual se desarrolló una investigación de enfoque cualitativo de alcance descriptivo. La población en estudio estuvo conformada por las asociaciones de la zona de Manabí las cuales en total cuentan con un total de 112 y 4 representantes de las asociaciones, de los cuales se calculó una muestra de 40 personas entre pequeños productores y representantes. Concluyen que existe relación entre las categorías de los factores culturales y la comercialización de cacao, esto debido a que los factores culturales están relacionados a las costumbres ancestrales que le aportan particularidad al producto. En la actualidad la cultura tecnológica ayuda a las asociaciones a transmitir sus conocimientos, ayudando a que estos puedan comercializar y exportar sus productos.

En la investigación titulada “Caracterización socioeconómica de los agricultores de la parroquia Colonche. Caso: Mercado mayorista de víveres, 2023” presentada por Plaza y Roca (2023) en su investigación titulada “Caracterización socioeconómica de los

agricultores de la parroquia Colonche. Caso: Mercado mayorista de víveres, 2023” busco por objetivo caracterizar la situación socioeconómica de los agricultores de la parroquia Colonche, el marco metodológico se delimita en una investigación mixta de alcance descriptivo. La población en estudio fueron 2 521 agricultores y trabajadores de la zona en estudio, la muestra representativa se calculó en 349 personas, esto mediante la fórmula muestral. Los resultados obtenidos indican que es necesario fortalecer los procesos de comercialización y comercialización, así también la creación de un mercado mayorista que ayuden a mejorar la calidad de vida y fomenten el desarrollo económico del territorio.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

En la investigación presentada por Arbildo y Robles (2019) titulada “Aporte económico de la comercialización agrícola de cacao en el departamento de Ucayali 2000-2015” , se buscó como objetivo analizar el aporte de la comercialización agrícola en la economía del departamento de Ucayali en el periodo de 2000 a 2015. Para lo cual desarrollaron una investigación de tipo correlacional y descriptiva, la población en estudio estuvo conformada por 6 808 productores para luego calcular el tamaño de la muestra representativa mediante la fórmula muestral que resultó en 364 productores, las principales conclusiones a las que llegaron que el nivel socioeconómico de los productores de cacao no está relacionado significativamente con la comercialización agrícola, el mejoramiento de la calidad de vida de los productores fue a consecuencia de la adquisición de unidades móviles y equipamiento del hogar.

Hilario (2019) en la investigación titulada “La cadena de valor del cultivo de cacao y su relación con el bienestar socioeconómico de las familias del distrito de Constitución, provincia Oxapampa, región Pasco: 2018-2019” busco como objetivo principal determinar la relación entre la cadena de valor y el bienestar económico social en las familias del distrito de Constitución en Oxapampa en Pasco. La investigación de tipo aplicada y de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental, la técnica de recolección de datos fue la encuesta. Las principales conclusiones a las que llego fue que el bienestar social que es consecuencia de la actividad de comercialización y venta de cacao es que esta satisface las necesidades básicas de las familias dedicadas a esta actividad como lo son la educación y salud, más respecto aún no se alcanza el nivel de realización social pues estos no cuentan con vacaciones en ningún periodo del año.

Cabeza y Ponte (2020) realizaron la investigación titulada “La comercialización de frutas y su relación con el nivel socioeconómico de los agricultores del Distrito de Huaranchal-Trujillo 2020”, busca por objetivo estudiar la relación entre la

comercialización de frutas y el nivel socioeconómico de los agricultores del Distrito de Huaranchal-Trujillo 2020, para lo cual se realizó una investigación de tipo no experimental de corte transversal y de enfoque correlacional. La población en estudio fueron 134 agricultores de fruta, que mediante una encuesta se recopiló información relevante respecto a las variables de estudio. La principal conclusión hallada es que la comercialización y el nivel socioeconómico tienen una relación positiva y significativa pues el coeficiente Rho de Spearman es 0.509.

En la investigación titulada “Los ingresos del cultivo de cacao y su influencia en la calidad de vida de los productores cacaoteros del distrito de Santa Rosa de Alto Yanajanca, provincia de Marañón región Huánuco”, Hurtado (2021) busco como objetivo estudiar la relación causal entre los ingresos del cultivo de cacao y la calidad de vida de los productores cacaoteros del distrito de Santa Rosa de Alto Yanajanca, para lo cual se realizó una investigación aplicada de tipo transversal y de nivel explicativo. La población estuvo conformada por 50 productores de cacao del distrito de Santa Rosa de Alto Yanajanca y la muestra fue de tipo censal por lo que se trabajó con todas las unidades de la población. Los resultados encontrados fueron que la actividad agrícola del cacao influye significativamente en la calidad de vida de las familias que se dedican a esta actividad, de manera que un incremento en s/1000 mejoró su calidad de vida en 5.22%, este incremento se da en un contexto de impacto positivo que alcanza solo al 30% de productores cacaoteros.

### **2.1.3 Antecedentes locales y regionales**

En la investigación titulada “Efectos de la producción y comercialización de cuyes en los ingresos económicos de las familias del distrito de Maranura, provincia de La Convención, Cusco, periodo 2018”, los autores Chacon y Quinto (2020) tuvo por objetivo general determinar los efectos de la comercialización y producción de cuyes en los ingresos económicos de los pobladores del distrito de Maranura en La Convención en el año 2018. Para ello abordó la investigación desde el enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y de diseño no experimental de alcance descriptivo correlacional, la población en estudio estuvo conformada por 256 productores de cuyes siendo la muestra representativa de 154 personas. Se concluye que existe un efecto positivo de la producción y comercialización de cuyes en los ingresos económicos de las familias en el distrito de Maranura pues hubo un incremento del 71% de la población total de cuyes generando un incremento en de s/970 en los ingresos mensuales de los mismos.

Cortes (2019) en la investigación titulada “Beneficios socioeconómicos de la producción

y comercialización de quinua para exportación en el distrito de San Jeronimo, provincia de Andahuaylas - Apurimac 2015-2016” busco por objetivo analizar y reconocer los beneficios socioeconómicos de la producción y comercialización de quinua para exportación en el distrito de Echarati, para ello el método de investigación fue descriptivo y analítico teniendo como población de estudio un total de 80 familias de cinco comunidades de San Jeronimo de la cual se extrajo la muestra de 66, las conclusiones a las que llegaron fue que los beneficios socioeconómicos en las familias que producen quinua para exportación en el distrito de San Jeronimo son aceptables pues se brindó apoyo estatal y privado para la disposición de áreas de cultivo, mejora de capacidades productivas y comerciales están en la capacidad de cubrir la demanda del mercado y las utilidades obtenidas permitió cubrir las necesidades de alimentación, vivienda, salud y educación.

Quispe y Quispe (2020) en la investigación titulada “Producción de tara y la economía familiar del distrito de Mollepata, provincia de Anta, región Cusco periodo 2019” busco por objetivo principal analizar el modelo en el que el cultivo de Tara incide en la economía familiar en el distrito de Mollepata en Anta , Cusco para lo cual se realizó una investigación de diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 481 familias de los cuales selecciono una muestra representativa de 60. La principal conclusión a la que se arribo fue que las variables de producción inciden positivamente en la economía familiar de los productores de Tara del distrito de Mollepata en Anta Cusco en el año 2019.

## 2.2 Bases teóricas

La agricultura familiar es un elemento importante en las reactivaciones de las economías rurales que procura la estabilidad económica y la preservación de la cultura y sociedad, así también brinda oportunidades de desarrollo. Para hacer esto posible se requiere que los productos de la agricultura familiar sean comercializados, estos a su vez están condicionados por los niveles de productividad y la organización entre productores mediante la asociatividad. En la zona rural es común encontrar formas de organización entre agricultores, estas tienen que ser dinámicas, flexibles y estar en constante mejora (Rezabala & Valdes, 2024).

### COMERCIALIZACIÓN

Se inicia con las primeras definiciones de Kotler y Armstrong que refieren la importancia de marketing mix acerca de la plaza y promoción con la finalidad de posicionar y vender un producto de manera efectiva, resaltan la importancia de entender las preferencias del consumidor y adaptar las estrategias de comercialización como consecuencia de ello.

Se entiende como la acción de planificar y organizar una serie de actividades requerida que permita poner en un espacio y momento preciso un producto, mercancía o servicio logrando a que los clientes lo reconozcan y consuman (Gonzales, 2023).

Vazconez (2014) menciona que la comercialización es un proceso de intercambio de bienes en mercados y por el cual los productos van de productores a los intermediarios, ocasionalmente transformados y así finalmente llega al consumidor.

La comercialización agrícola está conformada por un grupo de actividades que inician desde la organización, planificación de producción, cultivo, cosecha, transporte, almacenamiento, empaquetado y elaboración de productos agrícola para su distribución y venta (Cabeza & Ponte, 2020).

Los productores de cacao a nivel nacional se verán beneficiados con el incremento del precio de grano de cacao el cual alcanzó un hito histórico al rebasar el umbral de los 5 500 dólares la tonelada de acuerdo con la bolsa de Nueva York (NYSE). De acuerdo con Javier Arenas de la Cruz, director de promoción y articulación comercial de sierra y selva exportadora institución suscrita al ministerio de desarrollo agrarios y riego (MIDAGRI), esto implicaría que incremente la rentabilidad al comercializar su grado por parte del agricultor pues el precio podría alcanzar hasta 21 soles por kilogramo en chacra, esto es el triple del valor de acuerdo con años anteriores cuando se promediaba entre 7 a 8 soles el kilogramo de grano seco.

Para la presente investigación se tomaron las dimensiones producto, canales de comercialización y ventas esto de acuerdo con las definiciones de Urrutia y Banda (2015).

### **Producto**

Un producto es un grupo de atributos tangibles e intangibles que están compuestos por un empaque, precio, calidad y marca que adicional al servicio y prestigio del vendedor el producto es un bien o un servicio, en el ámbito de la economía se puede entender como un objeto externo al hombre, el cual satisface un deseo de este. En el ámbito comercial, se entiende como producto al bien o servicio que el consumidor recibe cuando realiza una compra y en marketing se entiende como todo bien o servicio que satisface un requerimiento (Martinez y otros, 2018).

### **Canales de comercialización**

Los canales de comercialización son los grupos de organizaciones interdependientes que intermedian en el proceso mediante el cual un producto o servicio está disponible para el consumo (Acosta, 2017). De acuerdo con Puente (2014), los canales de distribución son: canal indirecto, en el cual está conformado por tres niveles que son el fabricante, mayorista, minorista y el consumidor final o también conformado por el distribuidor, corredor o representante y el canal directo cuya principal característica es que no hay intermediarios, pues la relación es directa entre productor y consumidor. Esto regularmente se da cuando el producto es un servicio o de viene intangibles pues el consumo y producción son simultáneos o también el caso en el que el productor es el responsable de la distribución y venta.

### **Ventas**

Las ventas son el proceso por el cual el vendedor satisface los requerimientos del comprador para beneficio mutuo (Soto & Ortega, 2021). La oferta de un producto es la cantidad de bienes y/ servicios que están a la venta y la demanda es la cantidad de productos que requieren los consumidores.

### **NIVEL SOCIO ECONÓMICO**

El nivel socio económico se refiere a la posición social específica de las personas referida al acceso a empleo, logros académicos, ingreso principal etc., esto se puede medir a nivel individual o familiar. Es por tal motivo que para poder determinar el nivel socio económico de una familia se debe tomar en cuenta respecto al nivel social el grado de instrucción del jefe de hogar, acceso a salud y grado de hacinamiento en el hogar respecto al nivel económico los ingresos, bienes y/o servicios el hogar y el material predominante

del hogar (Agualongo & Garces, 2020).

El nivel socioeconómico no es un aspecto físico y de fácil información más bien se refiere a la composición de diversas características de las personas y sus hogares, el concepto difiere según el país y la época. Esto se evidencia las muchas teorías asociadas a los niveles socio económicos entre ellos esta lo presentado por la sociedad americana de Psicología (Socioeconomic status) que indica el estatus económico (NSE) comprende no sólo los ingresos sino también los logros educativos, el prestigio ocupacional y las percepciones subjetivas del estatus y la clase social. El NSE refleja atributos y oportunidades de calidad de vida que se ofrecen a las personas dentro de la sociedad y es un predictor consistente de una amplia gama de resultados psicológicos; el gobierno Ingles mediante la página Office for National Statistics indica que se la clasificación socioeconómica de las Estadísticas Nacionales (NS-SEC) clasificar ha sido construida para medir las relaciones laborales y las condiciones de las ocupaciones. Conceptualmente, estos son fundamentales para mostrar la estructura de las posiciones socioeconómicas en las sociedades modernas y ayudar a explicar las variaciones en el comportamiento y otros fenómenos sociales.

Se puede abordar el tema también desde la investigación de mercados, de acuerdo con la Asociación de empresas de inteligencia de mercados (APEIM) que es la institución comisionada para publicar la distribución de hogares peruanos de acuerdo con el nivel socioeconómico de acuerdo con la encuesta nacional de hogares (ENAH) hecha por el instituto nacional de estadística e informática (INEI). Este año hubo una revisión de la formula excluyendo la tenencia de microondas y el material de las paredes de la vivienda ya que estas no mostraban aporte alguno a la clasificación de hogares, se creó unas nuevas dimensiones denominada tecnologías de comunicación del hogar que agrega en un grupo tenencia de computadora, laptop e internet del hogar (sin compartir del celular) y televisión por cable.

## Figura 1

### Niveles socioeconómicos 2023

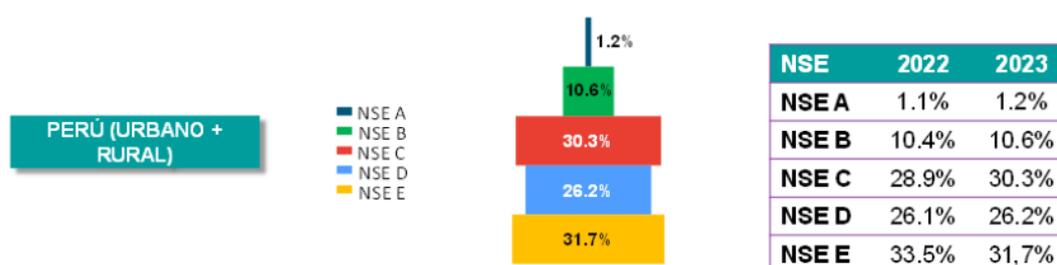


Nota. Variables fórmula NSE APEIM 2023. <https://www.ipsos.com/es-pe/explorando-los-niveles-socioeconomicos-en-peru-la-nueva-formula-y-puntos-claves-para-su>

Estas fórmulas son parecidas a las presentadas en el 2022, con ciertas disminuciones en el NSE E (nivel más bajo de la escala). En la actualidad, la distribución de los niveles socioeconómicos es: 1.2% de NSE A , 10.6% de NSE B, 30.3% de NSE C y la mayor parte de hogares pertenecen a la clasificación NSE DE formándose así una pirámide (Ipsos, 2023).

## Figura 2

### Distribución de los niveles socioeconómicos en el Perú 2023



Nota. Variables fórmula NSE APEIM 2023. <https://www.ipsos.com/es-pe/explorando-los-niveles-socioeconomicos-en-peru-la-nueva-formula-y-puntos-claves-para-su>

## Nivel social

Conformado por el grado de instrucción del jefe de hogar, acceso a la salud y hacinamiento en el hogar.

El grado de instrucción se define como los años de estudio aprobados de la población de

los 15 años a más, el acceso a la salud implica que las personas y población tenga acceso sin ningún tipo de discriminación a servicios integrales de salud de manera oportuna, adecuada, de calidad , en cualquier parte del territorio nacional , esto acorde a las necesidades así también acceso a medicamentos de calidad, seguros , eficaces y accesibles al mismo tiempo que el uso de estos servicios no ocasiona problemas financieros en especial a las poblaciones vulnerables (Organización panamericana de la salud, s.f). Respecto al hacinamiento en el hogar , es la cantidad de ocupantes en la vivienda que sobrepase la capacidad de espacio disponible, esto se mide de acuerdo con las habitaciones o dormitorios que produce resultados desfavorables para la salud física y mental de los habitantes del hogar (Organización Panamericana de la Salud, s.f).

### **Nivel económico**

Conformado por los ingresos económicos , bienes y servicios del hogar y material predominante del hogar. Respecto los ingresos económicos del hogar, el Instituto Peruano de economía (2019) indica que también se puede mencionar como la restricción presupuestaria, es el monto máximo o presupuesto que rige las decisiones de consumo y ahorro por lo que un agente que incremente los ingresos genera una mayor libertad para el consumo de bienes y de esa manera incrementa el bienestar, así también brinda la posibilidad de ahorro e inversión los que desencadena posibilidades de mayores ingresos en el futuro.

Los bienes y servicios del hogar son un grupo de procesos y esfuerzos humanos que tienen la finalidad de satisfacer las necesidades del hogar.

## **2.2.1 Identificación y conceptualización de variables**

Variable 1: Comercialización de cacao

Dimensiones:

- Producto
- Canales de comercialización
- Ventas

Variable 2: Nivel socio económico

- Social
- Económico

## **2.2.2 Operacionalización de variables**

Ver anexo I

## 2.3 Marco conceptual

- **Productos**  
Es aquel bien o servicios que puede ser vendido, estos pueden ser tangibles o intangibles agregando diseño, calidad, marca y algunos contienen una garantía (Garcia, 2018).
- **Atributo**  
El atributo de un producto es la razón las cuales los consumidores eligen un producto frente a otro, también se entiende que es el lugar que ocupa el producto en la mente frente al de la competencia (Garcia, 2018).
- **Empaque**  
Es la estructura que ayuda a contener el producto y que está en contacto directo con el producto (Corradine, 2018).
- **Intermediarios**  
Es un proveedor que media entre dos o más personas y en especial entre el productor y consumidor de mercancías, también se puede entender como el agente que vincula o comunica a dos o más partes interesadas en realizar una transacción o negociación.
- **Punto de venta**  
Es un lugar físico en el que se expenden productos o servicios de una marca también conocida como tienda pero también pueden ser agencias, puntos de servicio, concesiones. Etc
- **Precios**  
El precio es la cantidad de dinero que se paga por un producto o servicio o también se entiende como la suma de los valores que los clientes dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio (Kotler & Armstrong, 2012)
- **Oferta**  
Desde la perspectiva de la economía es la cantidad de bienes o servicios que los productores están listos para vender a los distintos precios del mercado. El sistema de economía de mercado se basa en el libre juego de la oferta y la demanda (Kotler & Armstrong, 2012)
- **Demanda**  
La demanda de un producto es el volumen total el cual puede ser

comprado por un grupo de consumidores, en un área geográfica específica en un periodo de tiempo (Coca, 2011)

- **Grado de instrucción**  
Se define como los años de estudio aprobados de la población de los 15 años a más.
- **Acceso a salud**  
el acceso a la salud implica que las personas y población tenga acceso sin ningún tipo de discriminación a servicios integrales de salud de manera oportuna, adecuada, de calidad , en cualquier parte del territorio nacional , esto acorde a las necesidades así también acceso a medicamentos de calidad, seguros , eficaces y accesibles al mismo tiempo que el uso de estos servicios no ocasiona problemas financieros en especial a los poblaciones vulnerables (Organización panamericana de la salud, s.f).
- **Grado de hacinamiento en el hogar**  
Es la cantidad de ocupantes en la vivienda que sobrepase la capacidad de espacio disponible, esto se mide de acuerdo con las habitaciones o dormitorios que produce resultados desfavorables para la salud física y mental de los habitantes del hogar (Organización Panamericana de la Salud, s.f).
- **Ingresos económicos**  
El Instituto Peruano de economía (2019) indica que también se puede mencionar como la restricción presupuestaria, es el monto máximo o presupuesto que rige las decisiones de consumo y ahorro por lo que un agente que incremente los ingresos genera una mayor libertad para el consumo de bienes y de esa manera incrementa el bienestar, así también brinda la posibilidad de ahorro e inversión los que desencadena posibilidades de mayores ingresos en el futuro.
- **Bienes y servicios del hogar**  
Los bienes y servicios del hogar son un grupo de procesos y esfuerzos humanos que tienen la finalidad de satisfacer las necesidades del hogar.

## **CAPÍTULO III. Metodología de la investigación**

### **3.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se realizó fue básico debido a que el estudio se centró en revisar la relación existente entre las variables comercialización de cacao y nivel socioeconómico, manteniéndose en el aspecto teórico de este.

Una investigación de tipo básica tiene por objetivo agregar la generación de nuevo conocimiento científico, mediante investigaciones experimentales o teóricas que se inician con el propósito de explicar los fundamentos de los fenómenos o hechos observables, sin el propósito de brindar un beneficio inmediato (Pro Ciencia, 2023).

### **3.2 Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación realizada es cuantitativo, dado que se utilizará métodos estadísticos para poder responder a los objetivos de la investigación.

Una investigación de tipo cuantitativa es aquella que agrega los paradigmas de los hechos y verifica las hipótesis para lo cual usa inferencia estadística (Yucra, 2020).

### **3.3 Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, debido a que la investigación se desarrolló en base a las teorías relacionadas a las variables en estudio sin modificar el contexto en el que se desarrollan de manera natural.

Una investigación no experimental es también llamada *expost-facto* debido a los hechos y variables ya ocurrieron y se observa a las mismas y sus relaciones en su contexto natural (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018).

### **3.4 Alcance de la investigación**

El alcance de la investigación es correlacional, debido a que se estudió la relación entre las variables.

Los estudios correlacionales tienen como propósito entender la relación o grado de asociación entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos en un contexto en particular (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018).

### **3.5 Población y muestra**

#### **3.5.1 Población**

La población en estudio serán los socios de la Asociación de productores agropecuarios Valle de Echarati – APAVE, que son un total de 11 productores.

La población de estudio es el conjunto de casos, fijo, limitado y asequible que será tomado como referente la elección de la muestra que tiene una serie de criterios predeterminados (Arias, Villasis, & Miranda, 2016).

### **3.5.2 Muestra**

La muestra de la investigación estará formada por todos los elementos de la población es por ello por lo que fue de tipo censal.

La muestra es una parte representativa de la población, mediante la cual se pueden realizar mediciones las cuales se generalizan para la población. Una muestra censal está conformada por todos los elementos de la población que son 11 socios de la Asociación de productores agropecuarios Valle de Echarati – APAVE.

## **3.6 Técnica e instrumentos de recolección de datos**

### **3.6.1 Técnica**

La técnica de recolección de datos fue la encuesta, la encuesta es una técnica ampliamente que está conformada por un grupo de procedimientos estandarizados de investigación por el cual se puede recoger información y datos de una muestra representativa dentro de una población o universos (Feria y otros, 2020).

### **3.6.2 Instrumento**

El instrumento utilizado en la investigación fue el cuestionario, de acuerdo con se considera el cuestionario como el instrumento metodológico de aplicación de la encuesta. El cuestionario está compuesto por un grupo de preguntas que tienen el fin de utilizarlas dentro de la encuesta (Feria, Matilla, & Mantecon, 2020).

## **3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Luego de la recolección de información , se procede al ordenamiento de la información recolecta la cual fue organiza en tablas y figuras para su análisis descriptivo mediante gráficos de sectores. Para el análisis inferencial, se utilizó el coeficiente de Rho de Spearman para medir el grado de asociación entre dos cantidades , aunque no calcula el nivel ni la concordancia este está comprendido entre -1 y 1 su interpretación depende del autor al que se haga referencia , en este caso se evalúa de acuerdo con Rebollar y Campos (2015).

**Tabla 1***Interpretación del coeficiente de Rho de Spearman*

Valor de <i>rho</i>	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

*Nota:* (Rebollar & Campos, 2015, pág. 50)

### 3.8 Confiabilidad y validez

La confiabilidad del instrumento se entiende como la homogeneidad y consistencia interna de cada ítem, este se puede calcular numéricamente a través del coeficiente de Alpha de Cronbach el cual fue propuesto por Lee J. Cronbach (Espinosa, Pizarro, Parra, Gonzales, & Talavera, 2021). La confiabilidad del cuestionario se midió a través del coeficiente de Alpha de Cronbach.

**Tabla 2***Coeficiente de Alpha de Cronbach Comercialización de cacao*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,801	11

**Tabla 3***Coeficiente de Alpha de Cronbach Nivel socio económico*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,741	8

La validez de un instrumento es el grado en que el instrumento de recolección de datos mide la variable que pretende estudiar, este se puede realizar a través del juicio de expertos, si bien existen diversas maneras esta técnica es la que mejor garantiza la rigurosidad científica del proceso (Espinosa, Pizarro , Parra, Gonzales, & Talavera, 2021). Es por lo que el cuestionario será evaluado por dos expertos en el tema para así mediante el formato aprobado por la universidad sea evaluado el instrumento.

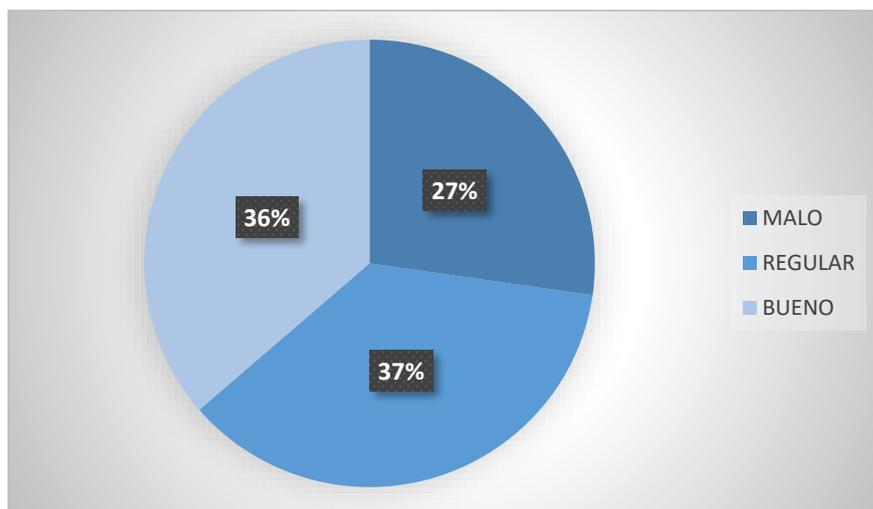
## CAPÍTULO IV. Resultados, contrastación de hipótesis y discusión

### 4.1 Resultados

#### COMERCIALIZACIÓN DE CACAO

**Figura 3**

*Diagrama de sectores Producto de comercialización de cacao*

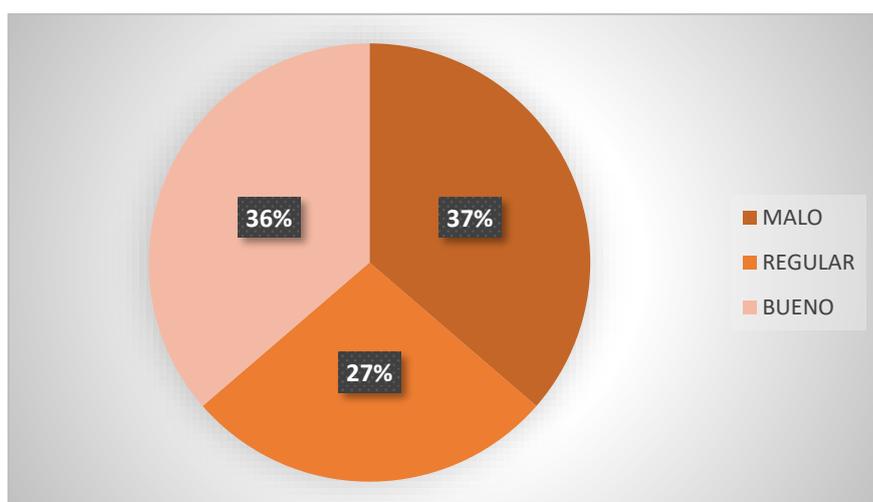


#### **Interpretación:**

De la figura 3, se observa que el 37% de los encuestados califican como regular el producto comercializado, el 36% lo califica como bueno y el 27% como malo. Se observa discrepancia entre los productores de la asociación Valle de Echarati.

**Figura 4**

*Diagrama de sectores Canales de distribución*



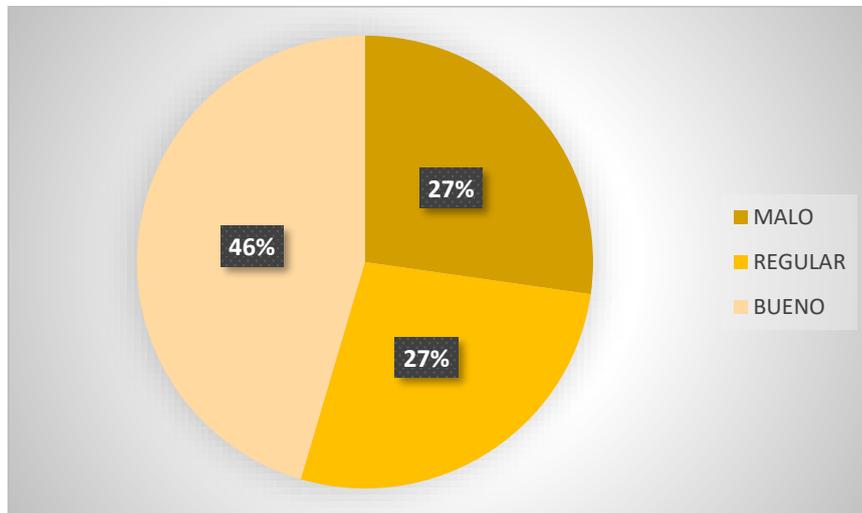
#### **Interpretación**

Referente a los canales de distribución, en la figura 4 se observa que el 37% de los

encuestados lo califican como malo los canales de distribución del cacao, el 36% lo califica como bueno y el 27% como bueno.

**Figura 5**

*Diagrama de sectores Ventas*

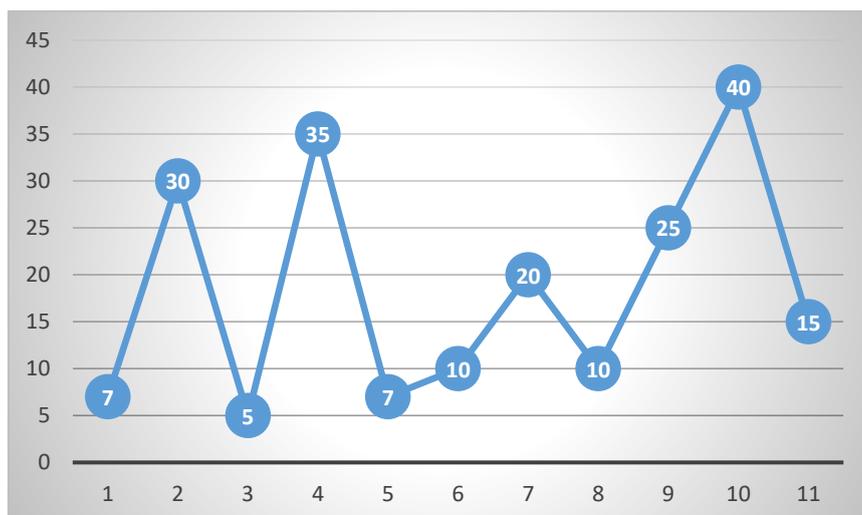


### Interpretación

De la figura 5, se observa que el 46% de los encuestados opina que las ventas son buenas, el 27% indica que es regular y el 27% restante opina que es mala.

**Figura 6**

*Gráfico de dispersión Quintales de café vendidos última cosecha*



**Tabla 4**

*Estadísticos descriptivos Toneladas de cacao ofertado*

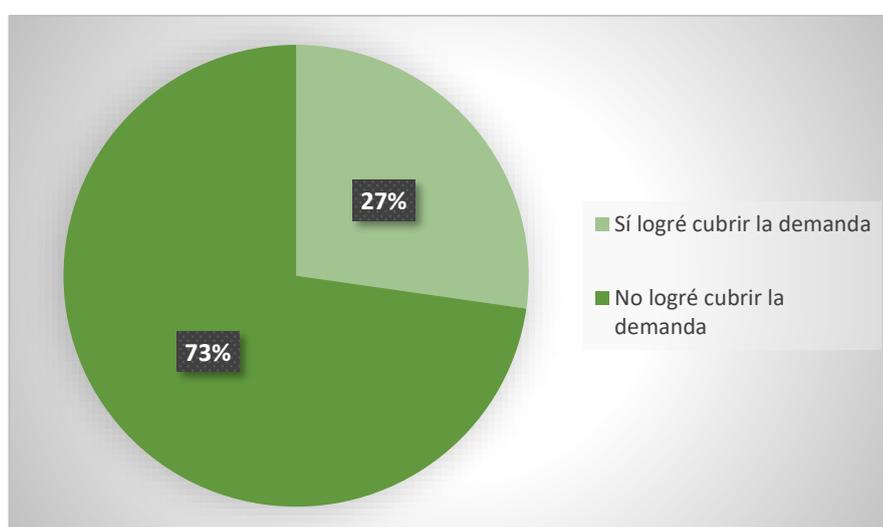
<b>Variable</b>	<b>Media</b>	<b>Varianza</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Q1</b>	<b>Mediana</b>	<b>Q3</b>	<b>Máximo</b>
oferta	18.55	151.47	5.00	7.00	15.00	30.00	40.00

**Interpretación:**

Respecto a los quintales de cacao ofertado por los productores de la Asociación se observa bastante dispersión, siendo un máximo de 40 toneladas en la última campaña y 5 toneladas como mínimo con una media de 18.55 toneladas por productor.

**Figura 7**

*En esta última campaña ¿Logró cubrir la demanda de cacao?*

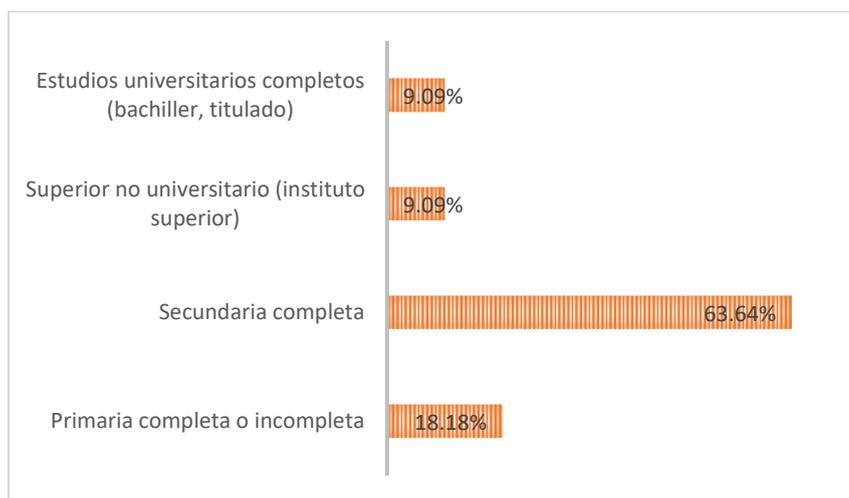
**Interpretación:**

De la figura 7, se observa que el 73% de los productores no logró cubrir la demanda de cacao en esta última campaña y solo el 27% restante si lo logró, cabe resaltar que para poder cubrir la demanda de cacao para la venta los socios de la asociación tienen que convocar a otros productores de cacao, los cuales no están asociados y en ocasiones venden el grano a la asociación para cubrir la demanda.

## NIVEL SOCIO ECONÓMICO

**Figura 8**

*Grado de instrucción del jefe del hogar*

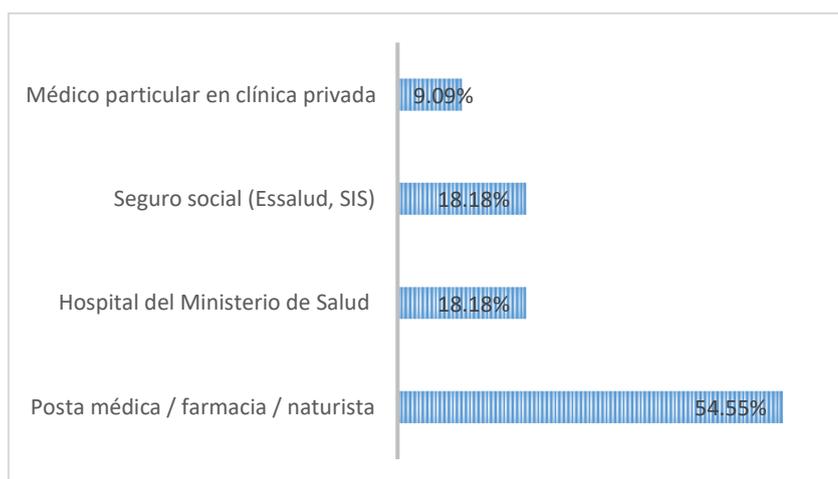


**Interpretación:**

De la figura 8, se observa que el 63.64% de los encuestados cuenta con secundaria completa el 18.18% con primera completa o incompleta, el 9.09% cuenta con estudios superiores no universitarios y el mismo porcentaje cuenta con estudios universitarios completos.

**Figura 9**

*Acceso a salud*



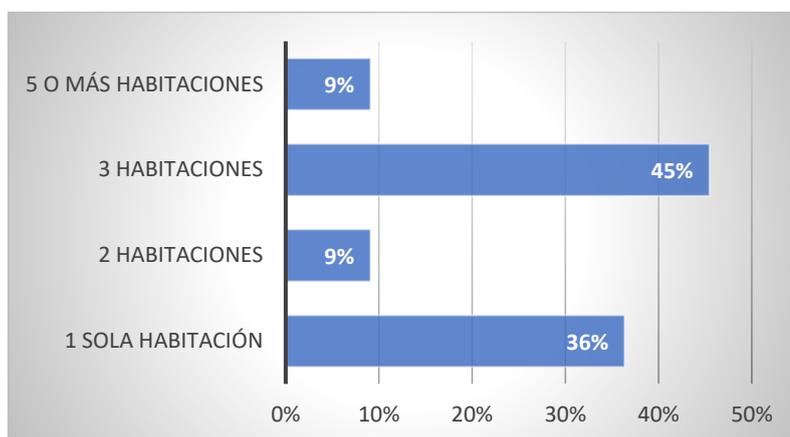
**Interpretación:**

De la figura 9, el 54.55% de los socios indica que se atiende en la posta médica en una

farmacia o con naturistas , el 18.18% de los socios se atienden en el hospital del ministerio de salud, el 18.18% se atiende en el seguro social ESSALUD o SIS y solo el 9.09% recurre a un médico particular en una clínica privada para atenderse.

### Figura 10

#### *Habitaciones en la vivienda*



#### **Interpretación:**

El 45% de los socios indica que cuenta con 3 habitaciones en su vivienda, el 36% indica que cuenta con solo una habitación, el 9% indica que tiene dos habitaciones y por último el 9% indica que tiene más de 5 habitaciones en su vivienda.

### Figura 11

#### *Personas que viven permanentemente en el hogar*



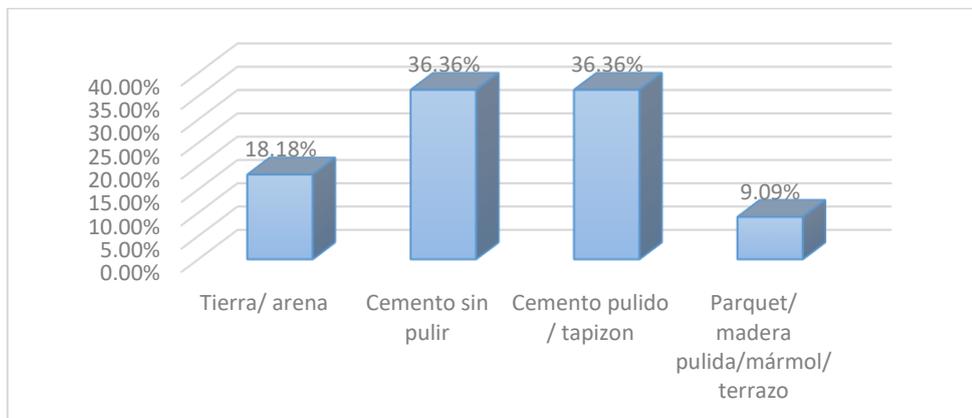
#### **Interpretación:**

De la figura 11, se puede observar que el 54.55% de los encuestados viven con

alrededor de 3 a 4 personas en su domicilio, el 27.27% con 1 a 2 personas y solo el 18.18% con 5 a 6 personas.

### Figura 12

*Material predominante en los pisos de su vivienda*

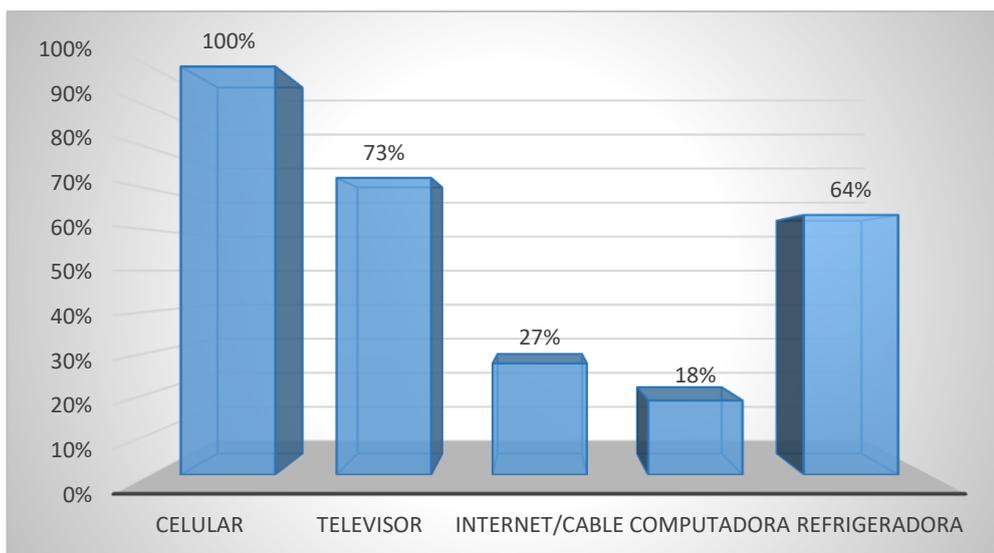


### Interpretación:

De la figura 12, el 36.36% cuenta con una vivienda de cemento pulido o tapiz, el 36.36% cuenta con una vivienda de cemento sin pulir, el 18.18% habita en una vivienda de tierra y el 9.09% habita en una vivienda con piso de madera, parquet, mármol o terrazo.

### Figura 13

*Bienes en el hogar (respuesta múltiple)*



### Interpretación:

De la figura 13, el 100% de los encuestados cuenta con un teléfono móvil, el 73% con una televisión, el 27% cuenta con acceso a internet y cable. Respecto a la posesión de

computadora solo el 18% de los socios cuenta con una y el 64% cuenta con una refrigeradora.

## 4.2 Contrastación de hipótesis

### Hipótesis General

$H_0$ : La comercialización de cacao **no** se relaciona significativamente con el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle Echarati en en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

$H_1$ : La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle Echarati en en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

### Nivel de significancia

$$\alpha = 0.05$$

### Estadístico de prueba

**Tabla 5**

*Correlación Comercialización de cacao y nivel socio económico*

			<b>Correlaciones</b>	
			Comercialización de cacao	Nivel socio económico
Rho de Spearman	Comercialización de cacao	Coefficiente de correlación	1,000	,529
		Sig. (bilateral)	.	,034
		N	11	11
	Nivel socio económico	Coefficiente de correlación	,529	1,000
		Sig. (bilateral)	,034	.
		N	11	11

### Conclusiones

A un nivel de significancia del 0.05 se rechaza la hipótesis nula pues el valor de  $p = 0.034$  es menor a 0.05 por lo que se tiene evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada.

**Hipótesis Específica 1**

$H_0$ : La comercialización de cacao **no** se relaciona significativamente con el nivel social de los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

$H_1$ : La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel social de los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

**Nivel de significancia**

$$\alpha = 0.05$$

**Estadístico de prueba****Tabla 6**

*Correlación Comercialización y Nivel social*

<b>Correlaciones</b>			Comercialización de cacao	Nivel social
Comercialización de cacao	Coeficiente de correlación		1,000	,487
	Sig. (bilateral)		.	,018
	N		11	11
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación		,487	1,000
	Sig. (bilateral)		,018	.
	N		11	11

**Conclusiones:**

A un nivel de significancia del 0.05 se rechaza la hipótesis nula pues el valor de  $p = 0.018$  es menor a 0.05 por lo que se tiene evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel social de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada.

### Hipótesis Específica 2

$H_0$ : La comercialización de cacao **no** se relaciona significativamente con el nivel económico de los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

$H_1$ : La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel económico e los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.

### Nivel de significancia

$$\alpha = 0.05$$

### Estadístico de prueba

**Tabla 7**

*Correlación comercialización de cacao y nivel económico*

<b>Correlaciones</b>			
		Comercializac ión de cacao	Nivel económico
Comercialización de cacao	Coeficiente de correlación	1,000	<b>,528</b>
	Sig. (bilateral)	.	<b>,015</b>
Rho de Spearman	N	11	11
	Coeficiente de correlación	,528	1,000
Nivel económico	Sig. (bilateral)	,015	.
	N	11	11

### Conclusiones:

A un nivel de significancia del 0.05 se rechaza la hipótesis nula pues el valor de  $p = 0.015$  es menor a 0.05 por lo que se tiene evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada.

### 4.3 Discusión

Luego del desarrollo de los resultados de la investigación se procede a realizar la discusión de los resultados.

Frente a la hipótesis general, se obtuvo evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada. Al respecto Cabeza y Ponte (2020) en su investigación titulada “La comercialización de frutas y su relación con el nivel socioeconómico de los agricultores del Distrito de Huaranchal-Trujillo 2020” concluye que comercialización y el nivel socioeconómico tienen un relación positiva y significativa pues el coeficiente Rho de Spearman es 0.509, encontrando concordancia con lo hallado por los autores, la importancia económica del cacao abarca también sus derivados es una de las pocas agroindustrias que está desarrollando en términos de valor agregados, aunque aún hay bastante que mejorar respecto al apoyo que reciben los productores pues de acuerdo a la información recogida en el trabajo de campo se evidencia el abandono por parte del gobierno local de los proyectos de riego y problemas ligados al cambio climático como el control de plagas que ponen en peligro los frutos.

En la hipótesis específica 1, se obtuvo evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel social de los productores de la Asociación Valle de Echarati en la provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada. Referente al tema Hilario (2019) en la investigación titulada “La cadena de valor del cultivo de cacao y su relación con el bienestar socioeconómico de las familias del distrito de Constitución, provincia Oxapampa, región Pasco: 2018-2019” indica que el bienestar social que es consecuencia de la actividad de comercialización y venta de cacao es que esta satisface las necesidades básicas de las familias dedicadas a esta actividad como lo son la educaciones y salud, más respecto aún no se alcanza el nivel de realización social pues estos no cuentan con vacaciones en ningún periodo del año.

Respecto a la hipótesis específica 2, se obtuvo evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada. Referente a ello, Castillo et al. (2022) en la investigación titulada “Caracterización socioeconómica

de pequeños productores cacaoteros de dos cooperativas en el norte centro de Nicaragua” halló que el 82.9% de los productores tienen como actividad fundamental la comercialización de cacao, más se encontró que los ingresos percibidos por esta actividad son insuficientes por lo que requieren dedicarse a otras actividades para poder cubrir las necesidades de su familia, adicionalmente se encontró que son varones los cuales son principalmente los agentes productivos tienen una edad promedio mayores de 35 y más de la mitad solo cuentan con primaria completa, esto hace que sea complicado la implantación de conocimientos especializados y la implementación de nuevas tecnologías. Las condiciones económicas de los cacaoteros en el Perú no es favorable dado que se ven en la necesidad de dedicarse a otras actividades fuera de su unidad productiva , pues el 54.5% de ellos complementan con actividades agropecuarias o ganadería , otro grupo trabaja en comercio y en actividades de construcción (Ministerio de Agricultura y riego, 2018)

## CONCLUSIONES

- Primero, se concluye a un nivel de significancia del 0.05 que se tiene evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada pues el valor de  $p = 0.034$  es menor a 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.529.
- Segundo, se concluye que a un nivel de significancia del 0.05 que se tiene evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel social de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada pues el valor de  $p = 0.018$  es menor a 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.487.
- Tercero, se concluye que a un nivel de significancia del 0.05 que se tiene evidencia estadísticamente significativa para afirmar que existe relación significativa entre la comercialización de cacao y el nivel social de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024, así mismo esta es positiva moderada pues el valor de  $p = 0.015$  es menor a 0.05 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.528.
- Cuarto, los productores de cacao de la asociación Valle de Echarati se encuentran en situación de desventaja iniciando por el nivel educativo dado que solo el 20% de ellos cuenta con estudios superiores técnicos o universitarios, así como el acceso a salud teniendo solo un 18.18% de ellos que cuenta con algún tipo de seguro de atención medico teniendo al 54.55% de los productores que se atienden en la posta médica o en un naturista.

## **RECOMENDACIONES**

- El cultivo de cacao es una actividad importante para diversos productores en la zona de Echarati siendo la mayoría de estos pequeños productores por la extensión de sus cultivos es importante para el desarrollo productivo de sus participantes por lo que se debe contar con el apoyo del gobierno central y local.
- A la asociación de productores Valle de Echarati, se recomienda entablar negociaciones con el gobierno central y local para hacer de conocimiento las necesidades de sus miembros eso incidiera directamente en el nivel socio económico de los mismos.
- A la comunidad científica realizar mayores investigaciones referidas a la pobreza de los productores de cacao para poder evidenciar en sus hallazgos la realidad que viven estos.

### Referencias

- Acosta, A. (2017). *Canales de distribución*. Fundación universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>
- Agualongo, D., & Garces, A. (2020). El nivel socioeconómico como factor de influencia en temas de salud y educación. *Vínculos-ESPE*, 5(2), 19-27. [10.24133/vinculospe.v5i2.1639](https://doi.org/10.24133/vinculospe.v5i2.1639)
- Arbildo, G., & Robles, J. (2019). *Aporte económico de la producción agrícola de cacao en el departamento de Ucayali 2000-2015*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Ucayali]. <http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/3773/000003418T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, J., Villasis, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. *Revista de Investigación Educativa*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Bravo, J. (2019). *Análisis de los procesos de distribución y su incidencia en la comercialización*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo].
- Cabeza, P., & Ponte, D. (2020). [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53985>
- Caceres, M. (2017). *Comercialización de la producción del cacao (theobroma cacao L.) En la Zonal de Kiteni distrito de Echarati Provincia de la Convención-Cusco*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco]. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/1884?locale-attribute=en>
- Castillo, M., Legarreta, M., Garcia, F., & Olivas, J. (2022). Caracterización socioeconómica de pequeños productores cacaoeros de dos cooperativas en el norte centro de Nicaragua. *Trace: Travauz et Recheches dans les Ameriques du Centre*(83). <https://doi.org/10.22134/trace.83.2023.806>
- Chacon, F., & Quinto, J. (2020). [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4107/Frank\\_Johamet\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4107/Frank_Johamet_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Coca, A. (2011). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. *Revista Perspectivas*, 28. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332011000200008#:~:text=La%20demanda%20de%20mercado%20para,Keller%2C%202006%2C%20127\).](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332011000200008#:~:text=La%20demanda%20de%20mercado%20para,Keller%2C%202006%2C%20127).)

- Corradine, M. (2018). *Proyecto: Fomento a la actividad productiva artesanal del departamento de Cundinamarca*. Laboratorio de Diseño e Innovación para Cundinamarca Artesanías de Colombia S.A. .
- Cortez, N. (2019). *Beneficios socioeconómicos de la producción y comercialización de quinua para exportación en el distrito de San Jeronimo, provincia de Andahuaylas - Apurimac 2015-2016*. [Tesis de pregrado. Universidad Andina del Cusco].  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4107/Frank\\_Johamet\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4107/Frank_Johamet_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Espinosa, J., Pizarro, N., Parra, A., Gonzales, E., & Talavera, O. (2021). Validación de un instrumento que mide el perfil actitudinal de los docentes y el desarrollo de competencias universitarias y transversales. *Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 12(23).  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v12n23/2007-7467-ride-12-23-e011.pdf>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecon, S. (2020). La entrevista y la encuesta : ¿Métodos o técnicas de indagación científica? *Revista Didaskalia*, 11(3), 63-79.
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecon, S. (2020). La entrevista y la encuesta:¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Revista Didascalía*.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf>
- Fernandez, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espiritu emprendedor*, 4(3), 65-76.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Garcia, G. (2018). *Mercadeo Estratégico*. Editorial Pearson.
- Gonzales, D. (2023). *Gestión administrativa y su efecto en la comercialización de los productos agrícolas de la Asociación 27 de junio*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí].  
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/5995/1/GONZ%c3%81LEZ%20MEN%c3%89NDEZ%20DANNY%20ERNESTO.pdf>
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Mc Graw.
- Hilario, C. (2019). *La cadena de valor del cultivo de cacao y su relación con el bienestar socioeconómico de las familias del distrito de Constitución, provincia Oxapampa, región Pasco: 2018-2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizan Huánuco ].

- <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/5112/TEC00351H53.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hurtado, D. (2021). [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Agraria de la selva]. [https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14292/1902/TS\\_DHC\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14292/1902/TS_DHC_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador [INIAP]. (2020). *La cadena de valor del cacao en América Latina y El Caribe*.
- Instituto peruano de Economía [IPE]. (24 de mayo de 2019). *Hogares con más Ingresos*. <https://www.ipe.org.pe/portal/hogares-con-mas-ingresos/>
- Ipsos. (14 de noviembre de 2023). *Explorando los Niveles Socioeconómicos en Perú: La nueva fórmula y puntos claves para su interpretación*. <https://www.ipsos.com/es-pe/explorando-los-niveles-socioeconomicos-en-peru-la-nueva-formula-y-puntos-claves-para-su>
- Kotler, p., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (4° edición ed.). Editorial Pearson. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1250103>
- Leyva, E. (2016). *Comercialización de la producción de cacao (Theobroma cacao L.) en la zonal de Echarati distrito de Echarati provincia de La Convención - Cusco*. [Tesis en pregrado , Universidad Nacional San Antonio de Abad]. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNS\\_e14e9c075d17d059b4b76e5c1c7d2194](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNS_e14e9c075d17d059b4b76e5c1c7d2194)
- Martínez, J., Fontalvo, W., & Cantillo, E. (2018). Uso de los atributos de un producto para la seducción de un cliente durante el proceso de compra. 91-106. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.23.5154>
- Ministerio de Agricultura y riego. (2018). *Análisis de la cadena productiva del cacao*. <https://repositorio.midagri.gob.pe/jspui/bitstream/20.500.13036/66/5/analisis%20de%20la%20cadena%20productiva%20del%20cacao.pdf>
- Organización Panamericana de la Salud. (s.f). *Hacinamiento en los hogares*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK583397/>:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK583397/>
- Organización panamericana de la salud. (s.f). *Acceso universal a la salud y cobertura universal de salud*. <https://www3.paho.org/hq/dmdocuments/2014/MGPSS-Y-AUS-Y-CUS-PAN-NOV-2014.pdf>
- Plaza, M., & Roca, T. (2023). *Caracterización socioeconómica de los agricultores de la parroquia Colonche. Caso: Mercado mayorista de víveres, 2023*. [Tesis de

- pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena].  
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10306/1/UPSE-TGS-2023-0082.pdf>
- Pro Ciencia. (2023). *Proyectos de inversión básica*.  
<https://prociencia.gob.pe/2023/10/proyectos-de-investigacion-basica-2024-03/#:~:text=Los%20proyectos%20de%20investigaci%C3%B3n%20b%C3%A1sica,intenci%C3%B3n%20de%20otorgar%20un%20beneficio>
- Puente, J. (2014). *La comercialización de productos agropecuario*.
- Quispe, A., & Quispe, K. (2020). *Producción de tara y la economía familiar del distrito de Mollepata, provincia de Anta, región Cusco periodo 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco].  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3655/Anyely\\_Kely\\_Tesis\\_bachiller\\_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3655/Anyely_Kely_Tesis_bachiller_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y)
- Rebollar, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 36.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-95322015000300004](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-95322015000300004)
- Rezabala, Y., & Valdes, F. (2024). Comercialización de productos agrícolas en la economía popular y solidaria en la provincia de Manabí. *Mikarimin*, 101-121.  
<https://doi.org/10.61154/mrcm.v10i1.3398>
- Sepulveda, W., Ureta, W., Mendoza, C., & Chekman, L. (2017). Ecuadorian Farmers Facing Coffee and Cocoa Production Quality Labels. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*.  
<https://doi.org/10.1080/08974438.2017.1413612>
- Serrano, C. (2016). *Enfoque de la comercialización del cacao (Theobroma cacao L.) zonal Palma Real Echarati La Convención - Cusco*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco].  
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2691328>
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria [Senasa]. (2019). *Cusco: Senasa y productores desarrollan acciones para optimizar producción de cacao Chuncho*.  
<https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/cusco-senasa-y-productores-desarrollan-acciones-para-optimizar-produccion-de-cacao-chuncho/#:~:text=El%20cacao%20Chuncho%20se%20cultiva,70%25%20es%2>

Ocacao%20nativo%20Chuncho.

- Soto, M., & Ortega, M. (2021). Percepción de los empresarios de un municipio del estado de Guanajuato acerca de las compras potenciales y de las ventas reales. *Revista UPGTO Management Review*, 6(1). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8119117.pdf>
- Ureta, M., Mera, R., Fernandez, L., & Vera, J. (2023). Factores culturales en la producción de cacao en Manabí-Ecuador. *Revista de ciencias humanísticas y sociales*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i2.5744>
- Urrutia, J., & Banda, J. (2015). Estrategias de comercialización de productos agrícolas orgánicos en Guanajuato. *Jovenes en la ciencia*, 1(2), 694-699. <http://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/10/pdf1>
- Vázquez, L. (2014). *La comercialización de los productos agrícolas*. [Tesis de pregrado, Universidad de Ambato].
- Vera, O., & Vera, F. (2019). Evaluación del nivel socioeconómico: presentación de una escala adaptada en una población de Lambayeque. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4262712#:~:text=Introduccion%3A%20El%20estatus%20o%20nivel,en%20relacion%20a%20otras%20personas.>
- Yucra, T. (2020). Epistemología e investigación cuantitativa. *Revista Igovernanza*, 107-120. <https://doi.org/https://doi.org/10.47865/igob.vol3.2020.88>

## **ANEXOS**

### Anexo I Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Comercialización de cacao	Se entiende como la acción de planificar y organizar una serie de actividades requerida que permita poner en un espacio y momento preciso un producto, mercancía o servicio logrando a que los clientes lo reconozcan y consuman (Gonzales, 2023).	Se tomaron las dimensiones producto, canales de comercialización y ventas esto de acuerdo a la definiciones de Urrutia y Banda (2015).	<b>Producto</b>	Productos	1	Ordinal
				Atributo	2,3	
				Empaque	4	
			<b>Canales de comercialización</b>	Intermediarios	5,6	
				Punto de venta	7,8	
			<b>Ventas</b>	Precios	9	
				Oferta	10	
Demanda	11					
Nivel socio económico	El nivel socio económico se define como la agrupación de personas con similares ocupaciones, nivel de educación y características económicas (Agualongo y Garces 2020)	Los componentes del nivel socio económico son el ingreso económico de los miembros , el nivel de educación del jefe de hogar, el acceso a salud , bienes y servicios del hogar y el material predominante del hogar (Agualongo y Garces 2020)	Social	Grado de instrucción del jefe de hogar	sdfsdfsdf	Ordinal
				Acceso a salud	sdfsdf	
				Grado de hacinamiento en el hogar	sdfsdf	
			Económico	Ingresos económicos	sdfsdfsdf	
				Bienes y/o servicios del hogar	fdfsdfsdf	
				Material predominante del hogar	sdfsdfsdf	

## Anexo II Matriz de consistencia

**Título:** “COMERCIALIZACIÓN DE CACAO E INCIDENCIA EN EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN VALLE DE ECHARATI, CUSCO 2024”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cómo es la relación entre la comercialización de cacao y el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024?	Establecer la relación de la comercialización de cacao en el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.	La comercialización de cacao se relaciona significativamente en el nivel socio económico de los productores de la Asociación Valle Echarati en en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.	Comercialización de cacao	Producto	Productos	Tipo: Investigación básica Enfoque: Cuantitativo Alcance: Correlacional Diseño: No experimental
					Atributo	
					Empaque	
				Canales de comercialización	Intermediarios	
					Punto de venta	
				Ventas	Precios	
					Oferta	
Demanda						
<b>PROBLEMA ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>	Nivel socio económico	Social	Grado de instrucción del jefe de hogar	Población: La población en estudio serán los socios de la Asociación de productores agropecuarios Valle de Echarati – APAVE, que son un total de 11 productores
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo es la relación entre la comercialización de cacao y el nivel social de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer la relación entre el nivel social en la comercialización de cacao de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel social de los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.</li> </ul>			Acceso a salud	
					Grado de hacinamiento en el hogar	
				Económico	Ingresos económicos	Muestra:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo es la relación entre la comercialización y el nivel económico de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer la relación entre el nivel económico y la comercialización de cacao de los productores de la Asociación Valle de Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comercialización de cacao se relaciona significativamente con el nivel social de los productores de la Asociación Valle Echarati en La Provincia de La Convención región Cusco en el año 2024.</li> </ul>			<p>Bienes y/o servicios del hogar</p> <hr/> <p>Material predominante del hogar</p>	<p>La muestra de la investigación estuvo formada por todos los elementos de la población es igual a 11 productores agropecuarios Valle de Echarati – APAVE, que son un total de 11 productores</p>
---	--	---	--	--	--	--

### Anexo III Instrumento de recolección de datos

#### CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

Estimado socio, el presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información respecto que será usado para realizar la investigación de carácter académico titulada “comercialización de cacao e incidencia en el nivel socioeconómico en los productores de la asociación valle de Echarati, Cusco 2024”

Por lo que sus respuestas serán de vital importancia, es así que se solicita marque una respuesta por pregunta de acuerdo a su opinión. El cuestionario es anónimo.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

<b>COMERCIALIZACIÓN DE CACAO</b>		<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
	<b>Producto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	¿Con que frecuencia comercializa dos a más tipo de cacao?					
2	¿Con que frecuencia comercializa más de un quintal de cacao?					
3	¿Con que frecuencia selecciona los granos de cacao de acuerdo con el tamaño?					
4	¿Con que frecuencia el producto que usted vende tiene un empaque que garantice la calidad de su producto?					
<b>Canales de comercialización</b>						
5	¿Con que frecuencia lleva directamente a la venta el grano de cacao para que sea comprado por el usuario final?					
6	¿Con que frecuencia vender el grano con mediadores o revendedores?					
7	¿Con que frecuencia vender el grano de cacao en su misma localidad?					
8	¿Con que frecuencia vender el grano de cacao a la cooperativa a la pertenece?					
<b>Ventas</b>						

9	Con que frecuencia los precios de sus productos son acordes con productos similares que están en el mercado.					
---	--	--	--	--	--	--

10.- En la última cosecha cuantos quintales de grano de cacao oferto.

\_\_\_\_\_ quintales.

11.- En la última cosecha cuantos quintales de grano de cacao se le solicito por parte de los compradores ¿Logró cubrir la demanda?

\_\_\_\_\_ quintales.

- a) Si cubrí la demanda.
- b) No , no logré cubrir la demanda.

### **NIVEL SOCIO ECONÓMICO**

1.- ¿Cuál es el grado de estudio del jefe de hogar?

- a) Primaria completa o incompleta.
- b) Secundaria incompleta
- c) Secundaria completa
- d) Superior no universitario (instituto superior)
- e) Estudios universitarios incompletos
- f) Estudios universitarios completos (bachiller, titulado)
- g) Postgrado (diplomado, maestría, doctorado)

2.- ¿Dónde atiende cuando tiene problemas de salud?

- a) Posta médica / farmacia / naturista
- b) Hospital del Ministerio de Salud
- c) Seguro social (Essalud, SIS)
- d) Médico particular en consultorio
- e) Médico particular en clínica privada

3.- ¿Cuántas habitaciones tiene su hogar, que son usados exclusivamente para dormir?

- a) 1 sola habitación
- b) 2 habitaciones
- c) 3 habitaciones
- d) 4 habitaciones
- e) 5 o más habitaciones

4.- ¿Cuántas personas viven permanentemente en su hogar?

- a) 9 a más personas
- b) 7 a 8 personas
- c) 5 a 6 personas
- d) 3 a 4 personas
- e) 1 a 2 personas

5.- ¿Cuál de las siguientes categorías se aproxima más a su salario?

- a) Menos de s/750 soles mensuales.
- b) Entre s/750 a menos s/1000 soles mensuales
- c) Entre s/1000 a menos de s/2000 soles mensuales
- d) Entre s/2000 a menos de s/3500
- e) Más de s/3500 soles mensuales

6.- ¿Cuál es el material predominante en los pisos de su vivienda?

- a) Tierra/ arena
- b) Cemento sin pulir
- c) Cemento pulido / tapizon
- d) Mayólica/ loseta/ cerámicos
- e) Parquet/ madera pulida/mármol/ terrazo

7.- ¿Que bienes tienen en el hogar? (Puede responder más de uno – respuesta múltiple)

- a) Celular
- b) Televisor
- c) Internet/cable
- d) Computadora
- e) Refrigeradora

## Anexo IV Juicio de expertos

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

**Datos del Experto:** Irving Maycoll APAZA LIMA

**Grado:** Magister

**Título de la Investigación:** "COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN VALLE ECHARATI, CUSCO 2024"

**Objetivo:** Validar instrumento

**Objeto de análisis:** Está conformada por todos los elementos de la población que son 11 socios de la Asociación de productores agropecuarios Valle de Echarati – APAVE.

**Investigador:** CAMAZA ALAGON FREDY - CAPARO ZAMORA ERLIN

Nº	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1 (a)	2 (b)	3 (c)	4 (d)	5 (e)
1	Operacionalización de las variables	Metodología					x
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia				x	
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia			x		
4	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				x	
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				x	
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				x	
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad				x	
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad			x		
9	Muestra una organización lógica	Organización				x	
10	Calidad de instrucciones	Calidad					x
<b>TOTAL</b>					6	24	10

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: } C = \frac{a+b+c+d+e}{50} = 0.8$$

$$\text{CALIFICACION PORCENTUAL : } C * 100\% = 80$$

Para emitir su calificación final tomar en cuenta el recuadro:

CALIFICACIÓN	OBSERVACION
0% a 69%	Desaprobado
70% a 100%	Aprobado

**CALIFICACION FINAL:**

**APROBADO**

MG. IRVING APAZA LIMA  
CONTADOR PÚBLICO  
C C P T 13-1389

Santa Ana, 4 de abril del 2024

Sello y firma del experto

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS****Datos del Experto:** Mg. Henry Washington Cuadros Tito**Grado:** Maestro.**Título de la Investigación:** "COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN VALLE ECHARATI, CUSCO 2024".**Objetivo:** Validar instrumento.**Objeto de análisis:** Está conformada por todos los elementos de la población que son 11 socios de la Asociación de productores agropecuarios Valle de ~~Echarati~~ Echarati – APAVE.**Investigador:** CAMAZA ALAGON FREDY - CAPARO ZAMORA ERLIN|

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1 (a)	2 (b)	3 (c)	4 (d)	5 (e)
1	Operacionalización de las variables	Metodología			x		
2	Pertinencia de reactivos	Coherencia				x	
3	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia			x		
4	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				x	
5	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad					x
6	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				x	
7	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad					x
8	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad				x	
9	Muestra una organización lógica	Organización			x		
10	Calidad de instrucciones	Calidad			x		
<b>TOTAL</b>					12	16	10

**COEFICIENTE DE VALIDACIÓN:**  $C = \frac{a+b+c+d+e}{50} = 0.76$

**CALIFICACION PORCENTUAL:**  $C * 100\% = 76$

CALIFICACIÓN	OBSERVACION
0% a 69%	Desaprobado
70% a 100%	Aprobado

Para emitir su calificación final tomar en cuenta el recuadro:

**CALIFICACION FINAL:****APROBADO**

Santa Ana, 4 de abril del 2024

-----  
Sello y firma del experto

## Anexo V Autorización de la asociación para realizar la encuesta

### CARTA DE AUTORIZACION DE USO DE INFORMACION DE ASOCIACION PARA OBTENER EL GRADO DE TITULO PROFESIONAL.

Yo Artemio Diaz Aguilar....., identificado con DNI 24992355, en calidad de presidente de la Asociación de Productores Agropecuarios Valle de Echarati, ubicado en el Distrito de Echarati.

#### OTORGO AUTORIZACION.

A los señores Erlin Caparo Zamora, identificado con DNI 45688755 y Fredy Camaza Alagón identificado con DNI 40757780, Egresado/Bachiller de la carrera de Economía para que utilice información de la asociación.

Asociación de productores agropecuarios Valle de Echarati.

Con la finalidad de desarrollar nuestro trabajo de investigación, para obtener el grado de titulado Profesional.

Indicar si el representante que autoriza la información de la asociación, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la asociación en reserva, marcando con una x la opción seleccionada.

- ( ) Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la Asociación.  
 ( ) Mencionar el nombre de la Asociación.

ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS  
 VALLE DE ECHARATI - APAVE  
 ARTEMIO DIAZ AGUILAR  
 DNI: 24992355  
 PRESIDENTE

Firma y sello del presidente

DNI: 24992355

Los egresados/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el trabajo de investigación en la tesis, son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, los egresados/Bachilleres, serán sometidos al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente y así mismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales, que la empresa otorgante de información, pueda ejecutar.



Fredy Camaza Alagón

DNI: 40757780



Erlin Caparo Zamora

DNI: 45688755.

Quillabamba 15 de enero del 2024.

Anexo IV Panel fotográfico















