

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE AGRONOMÍA TROPICAL



ENFOQUE DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO (*Theobroma cacao L.*) ZONAL PALMA REAL-ECHARATI LA CONVENCION-CUSCO

Tesis presentado por la bachiller en Ciencias Agrarias

CINTHIA SERRANO FUENTES

Para optar al título profesional de:

INGENIERO AGRÓNOMO TROPICAL

ASESOR: M.Sc. LUIS JUSTINO LIZARRAGA

VALENCIA

LA CONVENCION – CUSCO – PERÚ

2016

RESUMEN

El presente trabajo titulado “COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEL CACAO (*Theobroma cacao L.*) EN LA ZONAL DE PALMA REAL DISTRITO DE ECHARATI PROVINCIA DE LA CONVENCION – CUSCO” se desarrolló en la zonal de Palma Real distrito de Echarati provincia La Convención, el objetivo principal fue: Determinar la comercialización de la producción del cacao (*Theobroma cacao L.*) que abarco como objetivos específicos : Establecer las características óptimas de la cosecha de la mazorca de cacao, evaluar los procesos de post cosecha de la producción de cacao, determinar la oferta y demanda de la producción del cacao, identificar los canales de comercialización de la producción de cacao en la zona de estudio y determinar los costos y márgenes de comercialización de la producción del cacao.

El trabajo de investigación se realizó en abril del 2016 con la recopilación de datos, junio-julio encuestas a los productores y comerciantes, setiembre a octubre el análisis de los datos. Tubo como finalidad proporcionar información sobre la situación actual del mercado de cacao en donde intervine todo los agentes de comercialización desde la producción hasta el consumidor final para así de esta manera sus productos tomen un rumbo deferente que les sea rentable y tengan mejores ingresos.

El tema de investigación abarco las características óptimas de la cosecha y los procesos de post cosecha del cacao como parte importante para determinar la calidad del producto comercializado en la zona, en el cual se realizó encuestas a los agricultores de la zonal de Palma Real sobre el manejo de su cultivo de cacao en esos aspectos.

Se analizó el mercado, determinando la oferta y demanda lo cual abarca el mercado tanto de mayorista como de minorista mediante encuestas y entrevistas formales.

Se identificó los canales de comercialización y se realizó entrevistas a los diferentes agentes de comercialización que influyen en la zona de estudio.

Así mismo se analizó los costos y márgenes de comercialización mediante lo resultados obtenidos de las encuestas.

De los resultados obtenidos se puede resumir que los productores de cacao determinan la madurez de la mazorca por el cambio de pigmentación: del pigmento verde pasa a amarillo o variaciones del anaranjado o rojo; y en algunos híbridos del pigmento violáceo pasa a anaranjado rojizo. En el proceso de post cosecha en el quiebre de la mazorca se ocasiona un promedio de 3% de perdidas, el 91% si realizan

la fermentación del cacao en un promedio de 3 días, el 60 % realizan la fermentación en sacos, el 66 % realiza el secado en plataforma de cemento.

Los meses de mayor oferta son a partir de enero hasta julio, con una producción de 270.48 toneladas aproximadamente, la variedad de mayor demanda es el cacao chuncho, los meses de mayor demanda son en marzo y julio.

Los agentes económicos de la comercialización identificados son 8: productor, productor comerciante, acopiador de la zona, acopiador transportista, mayorista acopiador, mayorista, minoristas y consumidor.

Los costos de producción del cacao es de S/ 7857.15 con una rentabilidad de 14,6%, los márgenes de comercialización de productor a comerciante es el 1.96% del precio final, de productor a mayorista es el 13.42%, de productor a minorista es el 63.78% del precio final.