



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA
AMAZONIA PERUANA
FACULTAD DE AGRONOMIA**



ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL

**EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES EN CUATRO
COMUNIDADES DEL DISTRITO DE BELÉN, RIO ITAYA, REGIÓN
LORETO 2015.**

TESIS

Para obtener el Título Profesional de

INGENIERO AGRÓNOMO

Presentado por

MAYRA LYNN SALDAÑA PINEDO

Bachiller en Ciencias Agronómicas

IQUITOS – PERÚ

2016



UNAP

**FACULTAD DE AGRONOMIA
ESCUELA PROFESIONAL DE AGRONOMIA**



ACTA DE SUSTENTACIÓN N°021-2016-DEFPA-FA-UNAP.

En Iquitos, a los 15 días del mes de Octubre del 2016, a horas 10:00 a.m. El Jurado designado por la Escuela de Formación Profesional, intergrado por los Señores Miembros que a continuación se indica:

Ing. Pedro A. Gratelly Silva, Dr.	Presidente
Ing. Julio Pinedo Jiménez	Miembro
Ing. Ronald Tello Fernández, Dr.	Miembro

Se constituyeron en el Auditorio de la Facultad de Agronomía, para escuchar la sustentación de la Tesis titulada: **EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES EN CUATRO COMUNIDADES DEL DISTRITO DE BELÉN, RÍO ITAYA, REGIÓN LORETO.2015**, presentado por la **Bach. Mayra Lynn Saldaña Pinedo**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO AGRONOMO**, que otorga la Universidad de acuerdo a Ley y Estatuto.

Después de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: Satisfactoriamente

El Jurado después de las deliberaciones correspondientes en privado, llegó a las siguientes conclusiones:

La Tesis ha sido Aprobada por mayoría
Siendo las 11:30 a.m. se dio por terminado el acto felicitando
a la sustentante por su trabajo.

Ing. Pedro A. Gratelly Silva, Dr.
Presidente

Ing. Julio Pinedo Jiménez
Miembro

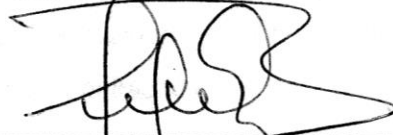
Ing. Ronald Tello Fernández, Dr.
Miembro

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA
FACULTAD DE AGRONOMIA

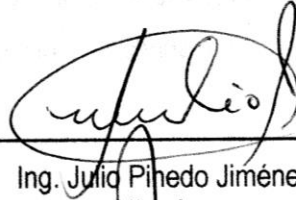
Tesis aprobada en sustentación pública el día 15 de octubre del 2016 por el jurado Ad-Hoc nombrado por la Escuela de Formación Profesional de Agronomía para optar el título de:

INGENIERO AGRÓNOMO

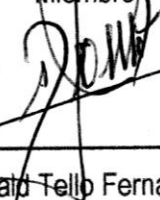
JURADO:



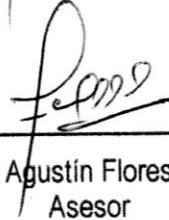
Ing. Pedro Antonio Gratelly Silva, Dr.
Presidente



Ing. Julio Pinedo Jiménez
Miembro



Ing. Ronald Tello Fernández, Dr.
Miembro



Ing. Jorge Agustín Flores Malaverri
Asesor



Ing. Darwin Navarro Torres, Dr.
Decano



DEDICATORIA

A Dios jehová por darme la vida salud y una familia que permanentemente me apoya en las buenas y malas.

A mis padres Uber y Amelia por todo el esfuerzo amor y sacrificio en diversas ocasiones, y cariño incondicional a quienes no los defraudare.

A mis hermanas menores Karla, Laly, kiabel y a mi hermosos sobrinos Dayanara y tobias . Por los lazos de cariño entablados, a la cual mi querida madre nos inculcó.

AGRADECIMIENTO

A la universidad nacional de la amazonia peruana por la formación académica. Ya la facultad de ciencias agronómicas por los conocimientos brindados durante mi formación.

Al Ing. Jorge Agustín Flores Malaverri por el asesoramiento y apoyo continuo en el planteamiento del anteproyecto su ejecución así como el monitoreo y evaluación del trabajo de tesis.

A mis padres Uber y Amelia por cuidar de mí, para afrontar los retos que se presentaran en el camino diario de mi vida.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 PROBLEMA, HIPÓTESIS, VARIABLE	12
1.1.1 Descripción del Problema.....	12
1.2 HIPOTESIS.....	12
1.2.1 Hipótesis General	12
1.2.2 Hipótesis Específica.....	13
1.3 IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES.....	13
1.3.1 Variable Independiente.....	13
1.3.2 Variables Dependientes.....	13
1.3.3 Operacionalización de las variables.....	13
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	15
1.4.1 Objetivo General.....	15
1.4.2 Objetivo Especifico.....	15
1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	15
1.4.1 Justificación.....	15
1.4.2 Importancia.....	16
CAPITULO II. METODOLOGIA	17
2.1 MATERIALES	17
2.1.1 Ubicación del área de estudio	17
2.1.2 Clima.....	17
2.2 Métodos.....	18
2.2.1 Marco Poblacional	18
2.2.2 Determinación de la muestra.....	18
2.2.3 Tabulación y análisis.....	20
2.2.4 Estadística.....	20
CAPITULO III. REVISIÓN DE LITERATURA	21

3.1	MARCO TEORICO	21
3.1.1	Importancia del mercadeo.....	21
3.1.2	Investigación de la comercialización de productos agropecuarios	23
3.1	MARCO CONCEPTUAL	26
CAPITULO IV. ANALISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....		28
4.1	Sistema de producción.....	28
4.1.1	Actividad Principal.....	30
4.1.2	Principales productos Agrícolas.....	31
4.1.3	Cultivos por comunidad	35
4.1.4	Tenencia de la tierra.....	35
4.1.5	Tipo de terreno donde cultivan	36
4.1.6	Manejo Agrícola	39
4.1.7	Labores Post Cosecha.....	41
4.1.8	Accesibilidad a las parcelas.....	41
4.1.9	Acceso a servicios agrícolas.....	14
4.2	Sistema de mercadeo local	42
4.2.1	Sistema de comercialización	43
4.2.2	Análisis económico de la producción	46
4.3	Comportamiento de la demanda	49
4.3.1	Tipo de distribuidores y/o proveedores de productos.....	49
4.4	Ingresos económicos.....	54
4.4.1	Ingresos Brutos mensuales promedio por producto	54
4.4.2	Ingreso por venta de PFM y PFM Promedios.....	56
4.4.3	Ingreso Bruto por Campaña.....	57
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		59
5.1	Conclusiones.....	59
5.2	Recomendaciones	61
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....		62
ANEXOS.....		64

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°	Pág.
1 Muestra de comunidades.....	19
2 Actividad principal.....	29
3 Principales productos agrícolas.....	30
4 Siembra de cultivo por comunidad.....	31
5 Especies forestales que se comercializan.....	32
6 Otras especies utilizadas.....	33
7 Especies ornamentales.....	33
8 Frutales nativos para comercializar.....	34
9 Tenencia de tierra.....	35
10 Tipo de suelo para siembra de especie.....	36
11 Prácticas de fertilización.....	37
12 Sobre el control de plagas y enfermedades.....	37
13 Labores culturales aplicadas.....	38
14 Realización de labores post – cosecha.....	39
15 Problemas en la producción.....	40
16 Problemática de la producción.....	32
17 Tiempo a la parcela minutos.....	41
18 Porcentajes de productos que se acceden a servicios agrarios.....	42
19 Principales canales de comercialización de productos agrícolas de la cuenca del Itaya.....	43
20 Porcentaje de productores que consideran la competencia en comercialización.....	44
21 Disponibilidad de transporte para el mercado.....	44
22 Principales puertos de destino de la producción.....	45
23 Volumen de producción, precios e ingresos brutos de la producción.....	46

24	Volumen de extracción de PFM y PFNM.....	48
25	Ingresos brutos por campaña/comunidad Total	57

INDICE FOTOGRÁFICO

N° DE FOTO	Pág.
1. Puerto principal de canta gallo	78
2. Tiempo de vaciante del rio amazonas puerto de canta gallo	78
3. Movilidad de transporte en la zona de estudio	79
4. Comunidad 2 de mayo.....	79
5. Madera para venta en 2 de mayo de muyuy.....	80
6. Cultivo de maíz en moena caño.....	80
7. Uso de la especie capinuri como leña de moena caño.....	81
8. Madera para comercializar en moena caño.....	81
9. Chacra huerto en mazanillo.....	82
10. Madera especie, moena para venta en mazanillo.....	82

INDICE DE GRÁFICOS

N° DE GRÁFICO	Pág.
1 Actividad principal de las personas en estudio	29
2 Tipos de proveedores de productos	49
3 Criterios para adquirir productos.....	50
4 destino de los productos agropecuarios adquiridos según los comercializadores.....	51
5 Factores que influye a la comercialización de productos agropecuarios según comerciantes..	53
6 Labores que realiza, pre comercialización	54

7	Ingreso bruto promedio/campaña de los productores por cultivo.....	55
8	Ingreso por venta PFM y PFM.....	56
9	Ingreso por campaña agrícola.....	57

INDICE DE IMÁGENES

N° DE IMAGEN		Pág.
1	Mapa de ubicación.....	77

INTRODUCCIÓN

La comercialización de los productos agropecuarios es una etapa tan importante como la producción, y en muchos casos puede implicar diferencias significativas en la rentabilidad de la actividad. Los mercados de productos agropecuarios en países en desarrollo, en general, sufren de un desbalance con más vendedores y menos compradores, lo cual permite un poder de negociación mayor para los últimos. También carecen de sistemas de información de mercados con amplia difusión, lo cual profundiza la asimetría entre los productores y vendedores. La comercialización de bienes agrícolas tiene un papel fundamental, pues la cadena del valor (producción-distribución y comercialización) de la agricultura se diferencia del resto de los sectores y lo hacen más vulnerable: En los países en vía de desarrollo esta es constituido generalmente por pequeñas y medianas empresas, escasamente integrados, que emplea un alto porcentaje de la población activa característico como en nuestro país.

Al papel de la comercialización se acostumbra a verlo de forma aislada, pero sin embargo, podemos afirmar que, si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización, el caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

Para **MARX (1968)**, la economía campesina, por definición, es una economía mercantil en que el campesino vende para comprar, con la finalidad de satisfacer sus necesidades: "la repetición o renovación del acto de vender para comprar tiene su pauta y su meta, como el propio proceso, en un fin último exterior a él en el consumo y en la satisfacción de ciertas necesidades".

Desde un enfoque antropológico, la sustentabilidad de los sistemas sociales se centra en estudiar qué prácticas sociales permiten tener la capacidad de recuperación y desarrollo, sin dañar el

medio natural; basándose en los valores, costumbres, tradiciones culturales e instituciones de los sistemas sociales **STONES (2003)**.

Dentro de la labor del mercadeo, para su conocimiento se puede realizar convenientemente etapas de investigación y análisis, esto significa averiguar cuáles son los problemas y las posibilidades de los cultivadores de productos agropecuarios y forestales de la zona. Para ello es necesario dialogar con los agricultores y comerciantes, averiguar precios, comprender cómo funciona el sistema de mercadeo e investigar cómo pueden aumentar los agricultores sus ingresos con la venta de sus productos. Este trabajo se orienta a estos aspectos y la investigación esta referida a como se puede llevar a cabo la comercialización y los métodos que se han de utilizar para analizar la situación, relacionadas con nuestra zona.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 PROBLEMA, HIPÓTESIS Y VARIABLES

1.1.1 Descripción del problema

El comercio es una actividad de la economía de los pueblos, destinada a relacionar a los sectores de producción y consumo, que se realiza tanto en la mayoría de los países, los problemas relativos a la comercialización o mercadeo se consideran actualmente fuera del ámbito de los extensionistas agrícolas en el campo, que son quienes mantienen un contacto directo con los agricultores. Aun cuando los extensionistas pueden identificar los problemas de mercadeo de los agricultores, su falta de experiencia comercial o el desconocimiento de las fuentes de asistencia apropiadas no les permiten prestar la ayuda necesaria. Por ello nos planteamos la siguiente interrogante:

¿En qué medida, los procesos de comercialización de los productos agropecuarios de los agricultores de cuatro comunidades, de zonas inundables en el Distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto se ven influenciados por los sistemas de mercadeo y producción?

1.2 HIPÓTESIS

1.2.1 Hipótesis General

Los procesos de comercialización de los productos agropecuarios y forestales de agricultores de zonas inundables en el distrito de Belén, están influenciados por el sistema de mercadeo y comportamiento de la demanda.

1.2.2 Hipótesis específicas

- El sistema de producción, influye en los procesos de comercialización de productos agropecuarios de los agricultores de zonas inundables en el distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto.

1.3 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

1.3.1 Variables Independientes:

- X_1 : Sistemas de producción.
- X_2 : Sistema de mercadeo local.
- X_3 : Comportamiento de la demanda.

1.3.2 Variables Dependientes:

- Y_1 : Ingresos Netos.

1.3.3 Operacionalización de las variables

Variable Independiente:

X_1 : Sistema de Producción.

$X_{1.1}$: Principales productos.

$X_{1.2}$: Época de cosechas.

$X_{1.3}$: Terreno donde cultiva.

$X_{1.4}$: Rendimientos

$X_{1.5}$: Precios de venta.

$X_{1.6}$: Criterios de selección y clasificación.

$X_{1.7}$: Labores post-cosecha.

$X_{1.8}$: Costos de producción

$X_{1.9}$: Manejo Agrícola.

$X_{1.10}$: Volúmenes de producción

X_{1.11}: Principales problemas en la producción.

X_{1.12}: Disponibilidad de insumos

X_{1.13}: Acceso a asistencia técnica, capacitación y crédito.

X₂: Sistema de mercadeo local.

X_{2.1}: Formas de comercialización.

X_{2.2}: Destino de la producción.

X_{2.3}: Principales compradores.

X_{2.4}: Precios que pagan los compradores.

X_{2.5}: Competencia entre compradores.

X_{2.6}: Medios de transporte de los productos al mercado.

X_{2.7}: Principales mercados.

X_{2.8}: Cantidad de producto que transporta por viaje.

X_{2.9}: Precios de transporte.

X_{2.10}: Tiempo de transporte.

X_{2.11}: Frecuencia de transporte en la zona.

X_{2.12}: Fuentes de información de precios en el mercado.

X_{2.13}: Organizaciones presentes en la zona.

X₃: Comportamiento de la demanda.

X_{3.1}: Principales proveedores.

X_{3.2}: Temporadas de suministro.

X_{3.3}: Condiciones para la adquisición

X_{3.4}: Clasificación y normas de calidad.

X_{3.5}: Problemas con los proveedores y sus productos.

X_{3.6}: Volúmenes de venta y de consumo.

X_{3.7}: Aceptación de los productos y sus precios.

X_{3.8}: Utilización del producto.

X_{3.9}: Factores que influyen en las ventas.

X_{3.10}: Almacenamiento de los productos.

Variables Dependiente.

Y₁: Ingresos Netos.

Y_{1.1}: Soles por actividad.

Y_{1.2}: Soles mensuales.

Y_{1.3}: Soles anuales.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Evaluar los procesos de comercialización, de los principales productos agropecuarios y forestales de los agricultores de 4 comunidades del Distrito de Belén (zonas inundables), provincia de Maynas, región Loreto.

1.4.2 Objetivo específico

- Determinar el sistema de mercadeo y demanda de los principales productos agropecuarios de los agricultores de zonas inundables en el distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto.

1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.5.1 Justificación

Analizar las transformaciones experimentadas por los sistemas agrícolas y las poblaciones rurales como consecuencia de la nueva ruralidad, debe centrarse principalmente en las transformaciones de los sistemas agrícolas locales (cambios en los patrones productivos, mercados, y patrones de uso de los recursos productivos como la tierra, el capital y el trabajo), cambios en las condiciones ambientales (contaminación y/o degradación de

recursos naturales), cambios en la condiciones de trabajo y de vida y respuestas de los agentes locales.

Al aumentar la población de las ciudades, los agricultores tienen la responsabilidad adicional de producir alimentos no sólo para el consumo rural sino también para los mercados urbanos distantes, cada vez más amplios, y deben adquirir, por tanto, conocimientos comerciales y de mercadeo.

1.5.2 Importancia

La información generada en el presente trabajo servirá no solo como fuente de información, sino que planteará aspectos de la comercialización de productos agrícolas y forestales de la cuenca del Itaya (zona inundable) y así poder proponer aprovechar mejor los excedentes de la producción de los agricultores asentados en esta zona, por ser cercano a la ciudad de Iquitos, posee ventajas, que deben ser fortalecidos para hacer de la agricultura una actividad rentable en términos sociales, económicos y ambientales para los agricultores de esa zona.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 MATERIALES

2.1.1 Ubicación del área en estudio

El área de estudio se encuentra entre las comunidades de San Miguel y Dos de Mayo, donde estuvo establecido el IIAP, tiene una extensión de 7,643 hectáreas; se ubica frente a las islas Muyuy en la margen izquierda del río Amazonas, muy próxima a la ciudad de Iquitos, distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto. De las 7,643 hectáreas hay un espacio de 5,267 has., como área intervenida, quedando como bosques no intervenidos de diferentes edades 2,164 ha.; entre cochas, canales, caños de acceso y pequeñas quebradas hacen un total de 212 has, de espejo de agua.

2.1.2 Clima.

Según el sistema de clasificación por zonas de vida ecológica **HOLDRIGE (1987)**, el clima de la región se caracteriza por presentar precipitaciones pluviales entre 2100 y 3500 mm anuales, y son superiores a los totales de evapotranspiración potencial, los cuales no exceden a 1200 mm, una temperatura media anual de 25 a 27 °C y una humedad relativa de 80%, por lo tanto considerado como Bosque Tropical Húmedo.

RODRÍGUEZ A, (1994), indica que el clima de la región es característico de las zonas tropicales, es decir, "húmedo y Cálido", sin marcadas variaciones en el promedio anual de temperatura y sin estación seca definida, salvo en casos excepcionales. Las temperaturas máximas anuales promedio están entre 32.5 °C y 30.6 °C, y las mínimas entre 21.6°C y

20.3°C, las temperaturas mas altas se registran entre los meses de Junio a Agosto, presentan un precipitación pluvial anual en promedio de 2556 mm y la humedad relativa fluctúa entre 88.4 y 91 %.

2.2 Métodos.

2.2.1 Marco poblacional.

La población materia de estudio está constituida por productores agropecuarios de la zona de la cuenca del Itaya y Amazonas, transportistas e intermediarios que participan en la comercialización. Las comunidades materia de estudio de la zona de Padre Isla son las siguientes:

- Comunidad de Santa Gallo.
- Comunidad de Dos de Mayo de Muyuy.
- Comunidad de Moena caño.
- Comunidad de Mazanillo.

Para el caso de los transportistas, se identifico a los que realizan la ruta vía fluvial de las comunidades del estudio hacia los diferentes centros de abasto de la ciudad de Iquitos.

Para el caso de los agentes de comercialización, se identificó a los principales mercados mayoristas y centros de basto, entre ellos tenemos:

- Puerto de productores.
- Puerto Belén.
- Feria agropecuaria de la MPM.

2.2.2. Determinación de la muestra

La muestra para las entrevistas fue establecida con criterios de representatividad cualitativa. Esta forma es identificada como una “muestra intencional”, es decir la “elección de un pequeño número de personas seleccionadas intencionalmente en función de la

relevancia que ellas representan respecto a un determinado asunto” (THIOLLENT, 1986, citado por CAPORAL 1998). Así mismo son personas que quisieron colaborar con el trabajo.

Cuadro N° 01 muestra de comunidades

Comunidad	Nro. participantes
Moena caño	10
Canta Gallo	10
Dos de Mayo de Muyuy	16
Manzanillo	10
Total	46

Fuente: Propia de la tesis

Para el caso de los transportistas, se identificó a los que realizan la ruta vía fluvial de las comunidades de esta zona hacia los diferentes centros de abasto de la ciudad de Iquitos. Para el caso de los agentes de comercialización, se identificó a los principales mercados mayoristas y centros de abasto, entre ellos tenemos:

- Puerto Belén.
- Feria agropecuaria de la MPM.

El mismo criterio se empleó para estudiar a los transportistas, debido al número limitado y pequeño que hay en la zona.

Para determinar la muestra en los intermediarios se aplicó una MUESTRA DE CONVENIENCIA, es decir el 50 % del total, de aproximadamente 20 intermediarios en total.

N°	Centro de abasto	Muestra
1	Puerto de Productores	4
2	Puerto Belén.	6
	Total	10

2.2.3 Tabulación y análisis.

Los datos obtenidos se someten a la tabulación, donde se presentan cuadros y gráficos, que resumen del modo más útil los resultados del estudio realizado.

2.2.4 Estadística.

Para el procesamiento de los datos se empleó la estadística descriptiva, con la ayuda de la hoja cálculo Excel; el análisis estadístico se realizó por medio de cálculos porcentuales.

CAPITULO III

REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Marco teórico

3.1.1 Importancia del mercadeo

Para **G. DIXIE, (2002)**, El mercadeo consiste en averiguar qué desean los clientes y en suministrárselo luego con un margen de ganancia. Asimismo manifiesta que esta definición pone de relieve los dos puntos básicos que rigen el mercadeo: En primer lugar, todo el proceso de comercialización tiene que estar orientado hacia el consumidor; la producción debe dirigirse a suministrar a los clientes lo que desean o necesitan. Esa es la única razón por la cual la gente gasta su dinero. En segundo lugar, el mercadeo es un proceso comercial y sólo es sostenible si proporciona a todos los participantes una ganancia.

Según la **FAO, (2002)**, una definición más clásica, el mercadeo sería: «El conjunto de servicios que se necesitan para trasladar un producto (o materia prima) del lugar de producción al lugar de consumo». De conformidad con esa definición, el mercadeo agrícola supone una serie de procesos que abarcan las técnicas de recolección, la clasificación y selección de las cosechas y el embalaje, transporte, almacenamiento, distribución y venta de los productos. Esos son los aspectos mecánicos del mercadeo. La importancia de un mercadeo adecuado puede considerarse desde el punto de vista de la economía nacional, del agricultor, del producto y del consumidor. En el plano nacional, a medida que las sociedades y los países evolucionan hay un desplazamiento de la población del campo hacia los pueblos y ciudades. Las poblaciones de los países en desarrollo están creciendo, normalmente a un ritmo del 3% anual. Sin embargo, las poblaciones urbanas van

aumentando, como promedio, a una tasa de alrededor del 4% anual. Esto significa que el número de personas que las comunidades rurales tendrán que alimentar se duplicará en 16 años. Además, como la cantidad de alimento que consume cada individuo generalmente aumenta a medida que aumentan sus ingresos, el suministro de alimentos a los pueblos y ciudades tendrá que duplicarse aproximadamente cada dieza catorce años. Ese cambio en la distribución de la población creará nuevas o mejores oportunidades para los agricultores y generará empleo en las zonas rurales, especialmente si se construyen nuevos caminos y se mejora el transporte. Perderá importancia la agricultura de subsistencia (la que proporciona apenas el alimento suficiente para el agricultor y su familia inmediata). Aunque habrá proporcionalmente menos agricultores, su función será aún más importante porque les corresponderá alimentar a las crecientes poblaciones urbanas. Para ello, el campesino tendrá que especializarse y ampliar sus conocimientos para poder producir más alimentos. La tarea primordial del extensionista en cuestiones de mercadeo es orientar y ayudar a los campesinos en la transición de la agricultura de subsistencia a la agricultura comercial. El extensionista, hombre o mujer, tendrá una función que desempeñar en cada etapa del desarrollo de la agricultura, alentando a los campesinos a adquirir los nuevos conocimientos que necesitan para la comercialización y la venta de sus productos. Aún en sociedades muy desarrolladas donde los agricultores son reconocidamente productores muy hábiles, sus mayores dificultades suelen estar relacionadas con el mercadeo. La segunda función importante del extensionista consiste en tratar de asegurar y aumentar los ingresos rurales. Los motivos por los cuales la población se traslada del campo a la ciudad de un país a otro y no son iguales en todos los casos. Sin embargo, el factor más importante es tal vez el ingreso relativamente alto que puede percibirse en los pueblos con un empleo permanente. Una parte importante de la labor del extensionista debe ser la de alentar y ayudar a la comunidad rural a asumir el control del mercadeo de sus productos

alimentarios. Debe tratar de asegurar que la mayor proporción posible del precio de venta al por menor regrese a las zonas rurales.

Desde el punto de vista de los agricultores, los menos favorecidos son los que trabajan pequeñas explotaciones. Esos agricultores encontrarán que no pueden generar ingresos suficientes de sus pequeñas parcelas para mantenerse y mantener a sus familias si cultivan únicamente productos tradicionales como trigo y arroz. Les resultará difícil competir con los productos de las grandes explotaciones mecanizadas.

Sin embargo, hay pequeñas explotaciones que pueden sobrevivir y prosperar en una agricultura desarrollada; se pueden sacar algunas enseñanzas de su experiencia. Las pequeñas explotaciones viables tienden a especializarse en actividades de alto rendimiento, con sistemas de cultivo o de cría de animales que permiten generar altos ingresos por unidad de superficie. Los ejemplos típicos son la ganadería lechera y la avicultura, en lo que respecta a la cría de animales, y las frutas, hortalizas y flores, por lo que concierne a los cultivos. En el Reino Unido, por ejemplo, la extensión media de una granja de cereales es de alrededor de 120 hectáreas (300 acres); de una granja lechera, 60 hectáreas (150 acres); de una granja hortícola típica, aproximadamente 30 hectáreas (75 acres); de una granja frutícola, 25 hectáreas (63 acres) y de una explotación con invernaderos, 1,5 hectáreas (4 acres).

3.1.2 Investigación en la comercialización de productos agropecuarios

Para la **FAO, (2000)**, es necesario realizar una investigación antes de proponer una estrategia de comercialización en determinados productos agropecuarios; en tal sentido el proceso de investigación se divide en tres etapas:

La primera etapa es de investigación y análisis. En pocas palabras, esto significa averiguar cuáles son los problemas y las posibilidades de los cultivadores de productos

agropecuarios de la zona. Para ello es necesario hablar con los agricultores y comerciantes, averiguar precios, comprender cómo funciona el sistema de mercadeo e investigar cómo pueden aumentar los agricultores sus ingresos con la venta de sus productos.

En la segunda etapa se decide qué medidas hay que adoptar y, lo que es más importante, se logra que las personas interesadas acepten esas medidas. Desde luego, para adoptar decisiones acertadas es preciso que la primera etapa se haya llevado a cabo con sumo cuidado.

En la tercera etapa el plan se traduce en medidas concretas. Esto no sólo supone proporcionar asesoramiento sobre comercialización a los agricultores, sino también a las empresas que forman la cadena de producción y mercadeo.

G. DIXIE, (2002), manifiesta que la etapa de investigación y análisis de los trabajos puede subdividirse a su vez en tres fases.

En la primera se lleva a cabo una investigación de la zona, la región y el país, que abarque desde la producción de los cultivos hasta el transporte a los mercados. Se debe tratar de precisar las ventajas comparativas que ofrecen la zona y los problemas que haya que superar. En la segunda fase hay que averiguar qué producto o productos desea el mercado, y en qué forma deben presentarse. Este trabajo incluye el estudio de mercados y debe dirigirse también a determinar los requisitos de los clientes (tanto comerciantes como consumidores).

En la tercera fase hay que entender cómo funciona el sistema de mercadeo, quién participa en él y qué servicios requiere. Es muy importante tomar notas durante la etapa de

investigación. Los cuestionarios y listas de preguntas ayudarán a llevar a cabo el trabajo en forma sistemática y reducirán la posibilidad de que se olviden preguntas importantes.

FAO, (2000), menciona dos fases en el proceso de las estrategias de comercialización. La primera fase tiene por objeto permitir conocer minuciosamente los problemas (o limitaciones), así como las posibilidades (o los principales puntos de venta) de la zona. Es sumamente importante hablar con los agricultores. En particular, se debe asegurar en conocer agricultores de explotaciones medias y pequeñas. Los campesinos por lo general conocen muy bien sus propios problemas y acogen complacidos la oportunidad de expresarlos. Se debe tratar de determinar cómo reaccionarán los agricultores a las nuevas ideas que se les presenten y cuáles, entre ellos, serán más receptivos. También se debe averiguar dónde se reúnen los agricultores para discutir sus asuntos y de quién provienen las opiniones más respetadas.

Al finalizar esta fase, se debe tener una idea clara de los cultivos, el sistema de mercadeo, los individuos y los problemas de la zona. También tendrá alguna idea de las posibles soluciones que valdría la pena investigar y habrá calculado los costos que supondría la entrega de los productos a los mercados más promisorios.

En la segunda fase (**FAO, 2000**), hay que determinar qué productos desean los clientes, entendiéndose por éstos no sólo las personas que compran y venden los productos en la cadena de mercadeo, sino también el consumidor final. Es necesario averiguar quién abastece al mercado, en qué épocas y a qué precio, así como el volumen de las ventas y la forma en que se empaca y presenta el producto. Puesto que en muchos casos la finalidad será iniciar o aumentar el suministro de un producto dado. Los aspectos críticos consisten

en determinar qué volumen puede venderse, en qué épocas es más conveniente abastecer el mercado y cómo se deben clasificar y presentar los productos.

Para responder a esas preguntas también es preciso reunir información. Las fuentes son variadas y ninguna de ellas basta por sí sola. Se debe consultar la opinión de individuos bien informados, especialmente de aquellos que participan activamente en el comercio. Además, suele haber estadísticas útiles que deben ser examinadas, tales como información sobre precios o sobre el volumen de los productos que llegan al mercado.

Es importante verificar la información cuando sea posible. Aun en ese caso, se observará que hay juicios contradictorios, porque las opiniones de las diversas personas suelen ser limitadas y parciales

3.2 Marco Conceptual

- **Asistencia Técnica.** IICA. (1974) citado por **LINARES (2002)**, define la asistencia técnica como un servicio de información, divulgación y asesoría que tiende a mejorar las condiciones económicas de las familias rurales, sin llegar a constituir un proceso educativo sistemático y formal.
- **Calidad de vida.** Situación de la población considerada en función de un conjunto de indicadores relacionados con la satisfacción de sus necesidades. **SPAHN, H. (2004)**.
- **Costos.** Recursos que deben ser sacrificados para obtener algo, normalmente medidos en términos de dinero.
- **Costos de Producción.** Costos que se derivan de la transformación de insumos en bienes y servicios.

- **Desarrollo rural.** Mejoramiento de las condiciones de vida del campesino mediante el empleo productivo y remunerador, el mayor acceso a los recursos y una distribución equitativa de los ingresos y la riqueza. **SPAHN, H. (2004).**
- **Economía.** El estudio de la forma en que el hombre se organiza para enfrentar el problema básico de la escasez. Ciencia social que estudia las relaciones que se establecen entre los hombres en el proceso de producción, circulación, distribución y consumo de bienes y servicios.
- **Evaluación.** Proceso sistemático y objetivo que busca determinar los efectos y el impacto de un plan, programa y/o proyecto planeado, en ejecución o terminado con relación a las metas definidas a nivel de propósito y resultados, tomando en consideración los supuestos señalados en el marco lógico. **SPAHN, H. (2004).**
- **Oferta Tecnológica.** Son todos aquellos comportamientos técnicos emanados de la investigación de cualquier fuente que aplicada en el manejo del cultivo en determinadas condiciones agroecológicas ofrecen una eficacia comprobada en el logro de determinados índices de productividad. **C.T.T.A. (1990).**
- **Producción.** CANNOCK Y GONZALES (1994) citado por **LINARES (2002)**, la producción, es la primera fase del proceso económico consiste en una serie de actividades que se despliegan para conseguir los bienes necesarios ya se extrayendo de la naturaleza en forma de productos naturales o elaborando las materias primas mediante la industria; implica el aprovechamiento de los recursos naturales para incrementar los bienes que necesita para la satisfacción de las necesidades.

CAPITULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

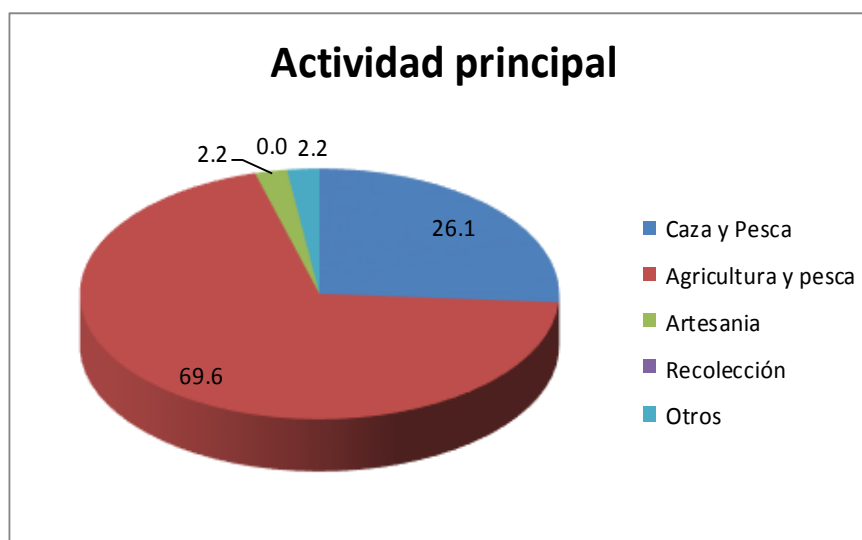
Con los datos obtenidos de las encuestas y en el estudio, se presentan a continuación los resultados del presente trabajo, ordenados de la siguiente manera, según las variables en estudio.

4.1. Sistema de Producción

El sistema de producción de la actividad agropecuaria en la zona de estudio no es la excepción en cuanto a características y cualidades tecnológicas, ya que por lo general es una actividad de subsistencia, con bajo nivel tecnologías y de manera extensiva. La producción agrícola tiene características diferenciadas. Por ejemplo, los productores más cercanos a Iquitos (caso Moena Caño, Canta Gallo) se dedican principalmente al cultivo de hortalizas, mientras que los más alejados cultivan también plátano, arroz, papaya y otros frutales. A excepción del arroz, que se produce especialmente en vaciante aprovechando los barrales que se forman, los demás cultivos producen durante todo el año.

4.1.1 Actividad principal

Entre las principales actividades desarrolladas por los pobladores de las 4 comunidades de esta zona son: la agricultura y pesca y la actividad caza.

Grafico 1. Actividad principal de las personas del estudio. Global.

Fuente. Encuesta. Tesis.

En cuanto a términos generales en la zona de estudio, el 69,6% de los pobladores se dedica a la agricultura y a la pesca, como actividad principal de generación de recursos económicos; el 26,1 % de los pobladores considera que la caza y pesca es su principal actividad, especialmente en la época de vaciante de los ríos, el cual dedican gran parte de su tiempo a las labores de pesca, generando recursos para sus familias. La actividad de artesanías (tallado de madera) es dedicada por el 2,2% de los pobladores como actividad económica principal, y como transportista.

Cuadro 02. Actividad principal.

Actividad principal	Canta Gallo		Moena Caño		Dos de Mayo		Mazanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Caza y Pesca	2	20	2	20	6	38	2	20	12	26.1
Agricultura y pesca	8	80	7	70	9	56	8	80	32	69.6
Artesanía	0	0	1	10	0	0	0	0	1	2.2
Recolección	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
Otros	0	0	0	0	1	6	0	0	1	2.2
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis.

La agricultura, como la siembra de hortalizas y arroz se realiza en vaciante, en las comunidades de Moena Caño y Canta Gallo, mientras que en las otras zonas se realiza todo el año, puesto que en estos sitios quedan “pequeñas restingas” donde siembran ají dulce y picante y comercializan algunas maderas. La pesca se realiza tanto en creciente como en vaciante en el mismo cauce del río Amazonas, así como en las cochas y en el bosque inundado, con anzuelos y redes tipo cortina. El sistema de planicies inundables produce cambios terrestres y acuáticos. Estos cambios, que modifican el comportamiento de plantas y animales, son muy importantes para la productividad primaria y secundaria en los ambientes acuáticos, especialmente en lo que se refiere a provisión de nutrientes, redes alimenticias y ciclos de energía entre especies y poblaciones. **CORREA (2007).**

4.1.2. Principales Productos Agrícolas.

Cuadro 03. Principales productos agrícolas.

Especie	Epoca de cosecha											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Papaya				x	x	x	x	x	x	x	x	
Plátano							x	x	x	x	x	
Cocona			x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Camú Camú				x	x							
Uvilla										x	x	
Ubos								x	x	x		
Cítricos								x	x	x	x	x
Arroz									x	x		
Guaba						x	x	x				
Ají picante						x	x	x	x	x		
Ají dulce.							x	x	x	x		
Arroz										x	x	
Pepino								x	x			
Sandía									x	x		
Culantro								x	x			

Fuente: Encuesta Tesis

Entre los cultivos principales en las comunidades del estudio destacan el Arroz que se siembran en barriales (variedades como Inti enano de 90 días, el Ecoarroz, Jar1, Jar2, Capirona, Charapita de 120 días. **MDB. 2011**). Por su parte, entre los productos transitorios están, en orden de importancia, el plátano (plátano guineo, capirona, sapino, seda), la yuca, el pepino, el maíz, el ají dulce, sandía y culantro entre otros. Hay frutales que provienen de los huertos familiares como la papaya, cocona, cítricos, ubos, guaba, uvilla.

4.1.3. Cultivos por comunidades.

Cuadro 04. Siembra de cultivos por comunidad.

Especie	Moena Caño	Canta Gallo	2 de Mayo	Mazanillo
Papaya	-	-	X	X
Plátano	X	X	X	X
Cocona	X	X	X	X
Camu camu	X	X	-	-
Uvilla	X	X	X	X
Ubos	X	X	-	X
Cítricos	X	X	X	X
Arroz	X	X	X	
Guaba	X	X	X	X
Ají picante	-	-	X	X
Ají dulce	-	-	X	X
Arroz	X	X	-	-
Pepino	X	-	-	-
Sandía	X	-	-	-
Culantro	X	X	-	X
Yuca	X	-	X	X

Fuente: Encuesta. Tesis.

Las especies agrícolas más sembradas en esta zona son los cultivos de pan llevar como plátano y yuca especialmente en zonas como Mazanillo y Dos de Mayo, además destacan para estas zonas el ají picante y dulce, cocona. Moena Caño y Canta gallo se caracterizan por sembrar pepino, sandía y arroz. En Moena Caño se observa la presencia como cultivo, del camu camu. Frutales como el ubos y uvilla se observa en tres comunidades juntamente.

Cuadro 05. Especies forestales que se comercializan

Especie	Moena Caño	Canta Gallo	2 de Mayo	Mazanillo
Capirona	x	x	x	x
Ubos	x	x	-	-
Cedro del bajo	-	-	x	x
Shimbillo	x	-	-	-
Capinuri	x	x	-	-
Rifari	x	x	x	-
Pashaco	x	-	-	-
Moena	-	-	-	x
Espintana	-	-	x	x
Huito	x	x	-	-

Fuente. Encuesta. Tesis.

Las especies que más se comercializan en esta zona, destacan la capirona (útil en varias partes de la vivienda, como postes vigas, etc.), ubos como postes vivos (cercos), cedro del bajo (paredes y pisos), capinuri (paredes), espintana (vigas y viguetas); shimbillo, rifari y pashaco consideradas maderas suaves son utilizadas para leña, e inclusive huito que se vende como madera para artesanía. Los aserraderos cercanos a Moena Caño actualmente están comprando árboles de ubos, capinuri. Por la zona de Mazanillo las personas del estudio afirman que se encuentra todavía Moena e inclusive hacen trabajos de ebanistería.

Cuadro 06. Otras especies utilizadas.

Especie	Moena Caño	Canta Gallo	2 de Mayo	Mazanillo
Yarina	-	x	x	x
Shapaja	-	-	-	x
Sinamillo	-	-	-	x
Ñejilla	x	x	-	x
Huasaí	-	-	x	x
Cashapona	-	x	-	x
Huacrapona	-	x	-	x

Fuente: Encuesta Tesis

Se observa que utilizan y comercializan especies nativas propias de este tipo de ecosistemas, como la pona, ñejilla, sinamillo, cashapona, entre otros, los utilizan para la construcción de canoas, casas. Según el cuadro presentado se observa, que el sector de Cantagallo y Mazanillo presenta una vegetación mucho más heterogénea, incluyendo especies valiosas para diversos usos, como madera aserrada, laminada y redonda. También es notoria la presencia de palmeras de variedades muy útiles para la gente (hojas de yarina y shapaja para techos de casas/ tallos de sinamillo, ñejilla y huasaí para horcones de mediana durabilidad/ tallos de cashapona y huacrapona para pisos/ tallos de huacrapona para pisos de parket en casas urbanas). **CORREA (2007).**

Cuadro 07. Especies ornamentales.

Especie	Moena Caño	Canta Gallo	2 de Mayo	Mazanillo
Cresta de gallo	x	--	--	..
Siempre viva	x	--	--	--
Dalias	x	--	--	--
Zapatico blanco	x	--	--	--
Rosasisa	x	--	--	--
Lluvia	x	--	--	--
Rosa Castilla	x	--	--	--
Flor de las 11	x	--	--	--

Fuente. Encuesta. Tesis.

Las flores ornamentales se desarrollan mayoritariamente en toda la zona, sin embargo solo en la comunidad de Moena Caño constituyen otro rubro importante de ingresos económicos, los cuales se encuentran en los huertos y se comercializan en la ciudad de Iquitos. Los productos del bosque y cultivos, así como los diversos sistemas de producción, constituyen un recurso fundamental para la subsistencia de las comunidades rurales en la amazonia. Algunas formas de evitar situaciones de inseguridad alimentaria consiste en determinar la gama más amplia posible de productos forestales no maderables y productos forestales maderables (PFNM, PFM) con valor comercial, prestar asistencia técnica y económica a las comunidades y/o pueblos y al conjunto de la sociedad, ya que para su supervivencia depende de la extracción (explotación) de los productos del bosque. Todo ello permitirá un aprovechamiento al máximo de esa diversidad de productos mediante técnicas mejoradas de recolección, transformación y comercialización. **GRATELLE 2002.**

Cuadro 08. Frutal nativo para Comercializar.

Especie	Moena Caño	Canta Gallo	2 de Mayo	Mazanillo
Aguaje			x	x

Fuente: Encuesta Propia de la Tesis

El aguaje es el único frutal nativo que se extrae y se comercializa de esta zona. En zonas como la del Itaya, las prácticas actuales de cosecha destructiva y la desorganización están muy generalizadas en estas poblaciones, por lo que es necesario intervenciones con propuestas técnicas, las mismas que tiene que realizarse con tecnología endógena, es decir respetando la autonomía, idiosincrasia y ritmo de la gente. La mayor parte de la producción consumida en Iquitos proviene de la cuenca del río Marañón (frutos de mejor calidad y tamaño) y del río Itaya (producción alternativa en épocas de escasez con frutos de menor tamaño y de escaso contenido de pulpa). **(Penn 1999, Ramírez 1998).**

4.1.4. Tenencia de la tierra.

La regularización legal de los terrenos, es un aspecto importante en la producción agraria de la zona de estudios, considerando que son terrenos de restingas, o aluviales, que no pueden ser titulados, sin embargo existen otras posibilidades de regularización como es la constancia de posesión y el certificado de usufructo temporal de las restingas bajas y barrizales.

Cuadro 09. Tenencia de tierras.

Tenencia	Moena Caño	Canta Gallo	2 de Mayo	Mazanillo
Constancia de posesión	x	x	x	x
Usufructo	x	x	--	--

Fuente. Encuesta. Tesis.

Se observa en el cuadro que en todas las comunidades del estudio, las familias cuentan con certificado de posesión y constancia de morador, mientras que la modalidad de usufructo existe en las comunidades de Moena caño Y Canta Gallo, para la siembra de arroz en barrizales, del cual se ocupa el Ministerio de Agricultura.

4.1.5. Tipo de terreno donde cultivan

En el cuadro presentado se observa en el siguiente cuadro que las comunidades de Moena Caño, Canta Gallo, son las que hacen uso mayoritariamente de los barrizales, que aparecen con la vaciante de los ríos, especialmente para el cultivo de arroz. Respecto al uso de restingas medias, los productores de las comunidades de Manzanillo y Dos de Mayo de Muyuy son las que hacen usos mayormente de este tipo de suelos, cultivan especies como el culantro y al ají dulce, que se constituyen en productos importantes para las economías familiares campesinas de su comunidad.

Cuadro 10: Tipo de suelo para siembra de especies

Suelo para siembra	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Mazanillo		Total	
	fi	(%)	fi	%	fi	(%)	fi	(%)	fi	(%)
Restinga baja	5	50	7	70	5	31	2	20	19	41.3
Restinga media	0	0	0	0	8	50	8	80	16	34.8
Barrial y playa	5	50	3	30	3	19	0	0	11	23.9
Altura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta Tesis

La zona es inundable, por tanto las personas del estudio consideran el uso de todos los tipos suelo que encuentren, manifiestan el uso de restingas bajas (41,3%), según la estacionalidad del río, así como los barriales y playas (23,9%), generalmente se restringe al uso de estas zonas en comunidades como Moena Caño y Canta Gallo. Las restingas medias se encuentran en las comunidades de Dios de Mayo y Manzanillo y son aprovechadas durante todo el año, generalmente son pequeñas áreas pero se aprovechan al máximo (34,8%). El periodo hidrológico de inundación se presenta entre marzo y mayo y de vaciante entre agosto y octubre. En creciente, la llanura aluvial se encuentra bajo agua, con excepción de las restingas medias y altas, que sólo se inundan en crecidas extraordinarias, que suceden cada 5 ó 7 años en promedio. Ocasión aprovechada por el hombre para su uso agrícola. **BIODAMAZ. IIAP. 2005.**

4.1.6. Manejo Agrícola.

El nivel tecnológico empleado en la producción agrícola en toda la región Loreto, desde siempre es precaria, especialmente en los cultivos de especies de pan llevar como es plátano y la Yuca, a ellos se suma la falta de programas de capacitación y asistencia técnica en estas líneas de cultivo, a excepción de la comunidad de Dos de Mayo de Muyuy. Los principales aspectos del manejo de cultivo, son: prácticas de fertilización, control de plagas y enfermedades, manejo de distanciamientos, labores culturales oportunas, etc.

Cuadro 11 Prácticas de fertilización.

Usa fertilizantes y/o abonamientos	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Si	2	20	5	50	4	25	0	0	11	23.9
No	8	80	5	50	12	75	10	100	35	76.1
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta Tesis

Respecto a prácticas de fertilización el siguiente cuadro nos muestra la realidad de las parcelas, donde la mayoría de los productores no realiza esta práctica (76.1%), lo que resta productividad y rendimiento a la producción; sin embargo por comunicación con productores de arroz de Moena Caño, manifiestan haber usado productos químicos, especialmente Urea para fertilizar sus arrozales. Muchas veces otros productores afirman usar ceniza de la quema de sus leños y palos podridos, en el abonamiento de algunos cultivos como los de ají.

SOLIS (2008), en Padre Isla, la fertilización con ceniza obtenida de las cocinas tipo “tushpas”, es una práctica común para los productores, estas son usadas en la parcelas más cercanas especialmente para la los cultivos de hortalizas, yuca y plátano. Otros productos usados pero en menor proporción son el palo podrido y el excremento de aves.

Cuadro 12 Sobre el control de plagas y enfermedades.

Realiza control de plagas y enfermedades	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Si	4	40	8	80	4	25	2	20	18	39.1
No	6	60	2	20	12	75	8	80	28	60.9
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta Tesis

Respecto al control de plagas y enfermedades, los productores realizan prácticas culturales y en otras oportunidades controles químicos para asegurar una cosecha que les

permita generar excedentes para la comercialización y obtener mejores ingresos económicos. En Moena Caño se observa que manifiestan hacer el control de plagas o enfermedades el 80,0% de los mismos, especialmente en sus cultivos de pepinos y sandías para combatir a gusanos Noctuides que atacan las plantas. Los que manifiestan hacer el control de plagas y enfermedades usa el producto químico Aldrín o Parathión, muchas veces sin el cuidado necesario al aplicar el mismo, usando muchas veces para dispersar el producto las manos. Los productores tienen preferencias por los métodos culturales, es decir deshierbo, eliminación de partes afectadas y en muchas veces eliminación manual de los agentes patógenos y plagas encontradas en las plantas.

Cuadro 13. Labores culturales aplicadas.

Labores culturales aplicadas	Canta Gallo		Moena Caño		Dos de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Distanciamientos adecuados	2	20	2	20	0	0	0	0	4	8.7
Aporques	2	20	0	0	4	25	2	20	8	17.4
Deshierbos oportunos	6	60	7	70	9	56	8	80	30	65.2
Desahijes	0	0	1	10	3	19	0	0	4	8.7
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis.

En cuanto a las culturales aplicadas por los productores, como: manejo de distanciamientos, deshierbo, desahijes, aporques, etc., los productores solo desarrollan eficientemente los deshierbos oportunos (65,2%), ya que es una práctica común y de gran importancia, que de no realizarlo corren el riesgo de perder toda la producción y por ende no generar ingresos económicos para sus familias; luego vienen los aporques con ceniza y rastrojos de cosecha (las labores de aporques son empleados porque están acompañados de las labores de deshierbo) y desahijes esto se practica especialmente en el plátano; los distanciamientos en los cultivos no es práctica común, manifiestan así mismo que cada cultivo tiene sus propios requerimientos de labores culturales.

4.1.7. Labores Post Cosecha.

Se considera a las labores que realizan los productores después de obtener las cosechas, ya que ello dependerá para establecer su estrategia de comercialización, dentro de estos está realizar selección o clasificación de su producción para obtener mejores precios y por ende mejores ingresos económicos.

Cuadro 14 Realización de labores post cosecha.

Labores post cosecha.	Canta Gallo		Moena Caño		Dos de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Selección	0	0	4	40	0	0	0	0	4	8.7
Clasificación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
Almacenamiento	6	60	6	60	12	75	8	80	32	69.6
Ninguno.	4	40	0	0	4	25	2	20	10	21.7
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis

Dentro de las labores de cosecha que realizan los productores en la zona de estudio, la más común es el almacenamiento, esto se realiza cuando la producción es trasladada de la parcela a la casa, es allí donde se almacena la producción; las semillas que se almacenan para la siguiente siembra se colocan en botellas de plástico descartables. Considerando que los productos cosechados serán para el mercado productores y la familia, realizan la selección de sus productos, los que destinaran al mercado y los que se quedarán para el consumo de la familia, que por lo general es el 5 % a 10%. Existe un porcentaje de descarte de la producción por daños y lesiones provocados muchas veces por plagas y enfermedades que atacan directamente al producto. Muchas veces todo el producto cosechado es llevado al mercado en cajas de madera, bandejas u otros recipientes sin descartar nada porque suponen que lo pueden comercializar todo, es decir como esta embalado el producto.

Cuadro 15: Problemas en la producción.

Tiene problemas en la producción.	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Si	4	40	5	50	8	50	2	20	19	41.3
No	6	60	5	50	8	50	8	80	27	58.7
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta Tesis

Sobre este particular, el 58,7% los productores señala, no tener serios problemas a la hora de producir, estos factores se deben muchas veces a factores externos y otros a factores internos. A criterio de **GARCÍA G.**, citado por **GUERRA (1996)**, manifiesta que los problemas centrales que afectan a los pobladores están relacionados con lo siguiente: un sistema productivo ineficiente basado en la agricultura, que no logra superar los niveles de subsistencia familiar; el bajo nivel de ingreso, que no permite procesos de acumulación sostenibles; y las relaciones de intercambio comercial desfavorables para el agricultor.

Cuadro 16 Problemática de la producción.

Problemas en la producción	Canta Gallo		Moena Caño		Dos de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Falta de capital	4	40	4	40	10	63	8	80	26	56.5
Falta de asistencia técnica	2	20	4	40	2	13	0	0	8	17.4
No hay insumos	0	0	2	20	0	0	0	0	2	4.3
Efecto de la creciente.	4	40	0	0	4	25	2	20	10	21.7
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis

Sobre el particular los productores afirman que la falta de capital mayoritariamente afecta la producción de sus cultivos (56,5%), porque les impide la apertura o limpieza de áreas mayores para siembra de cultivos, especialmente en el momento de la vaciante; consideran así mismo que la creciente del río (21,7%) es otro factor en contra para la generación de ingresos económicos, por que paraliza actividades de siembra o mantenimiento de sus cultivos. Actualmente no existe asistencia técnica de ningún sector como existía

antiguamente (presencia del MINAGRI y IIAP). Según **BIODAMAZ (2005)**, los gobiernos locales están más orientados a atender los aspectos de infraestructura de servicios: escuelas, puestos de salud, veredas peatonales, puentes, entre otras obras; en menor escala suelen apoyar algunas iniciativas productivas en zonas inundables para el consumo local, especialmente en lo relativo a la pesca y cultivos.

4.1.8. Accesibilidad de las parcelas

La accesibilidad de las parcelas está referida al tiempo que recorren desde sus viviendas y su ubicación con el próximo puerto para el embarque de sus productos.

Cuadro 17. Tiempo a la parcela. Minutos.

Tiempo a la parcela. Minutos	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
< 10	8	80	3	30	2	13	1	10	14	30.4
11 a 20	2	20	5	50	10	63	5	50	22	47.8
20 - 30	0	0	2	20	4	25	4	40	10	21.7
> 40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis.

En el cuadro presentado se muestra que la mayoría de parcelas se encuentran de 11 a 20 minutos (47,8%), seguido de 10 minutos (30,4%). Hay productores que ubican sus parcelas en restingas medias que se ubican a más tiempo de la comunidad (20 a 30 minutos), como es el caso de Dos de Mayo y Manzanillo. Los productores de la comunidad de Moena Caño refieren caminar hasta 30 minutos para llegar a la misma.

4.1.9. Acceso a servicios agrícolas.

La zona de estudio por estar ubicada cercana a la capital de la región Iquitos, donde se concentra todo el movimiento económico, político y social de la región, se ha podido comprobar que los productores han accedido a servicios agrarios en la que destaca el crédito agrario en arroz y camu camu promovido por el GOREL.

Cuadro 18 Porcentaje de productores que acceden a servicios agrarios, por comunidades.

Acceso a servicios agrarios	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Acceso a créditos	2	20	3	30	2	13	0	0	7	15.2
Asistencia técnica	2	20	5	50	6	38	1	10	14	30.4
Capacitación	0	0	2	20	8	50	2	20	12	26.1
Ninguno	6	60	0	0	0	0	7	70	13	28.3
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta Tesis

En la mayoría de comunidades el 30,4% de productores ha accedido al servicio de asistencia técnica, para el cultivo de Arroz, Maíz, desde los años 2003 hasta el 2008 aproximadamente, época en que se reactivó el apoyo directo a la actividad agropecuaria. El 15,2% de los productores ha accedido a créditos agrarios como principal servicio agrario promovido por parte del Gobierno Regional. El 26,1 accedió a capacitaciones de la misma naturaleza y el 28.3% no accedió a ningún tipo de servicio agrario.

Así mismo productores de Canta Gallo y Manzanillo participaron en capacitaciones y en temas forestales sembrando especies forestales de interés para los mismos pobladores (*cedro, caoba, capirona, yarina, espintana y camu camu*) bajo el sistema de “fajas de lindero” y de “cultivos asociados” (caso específico del camu camu en chacras). En Canta Gallo se hicieron trabajos de la cría de peces en jaulas en la cocha “Cushillo cocha” patrocinado por el IIAP. En Dos de Mayo el INIA realizó sembríos de Capirona como monocultivo, con excelentes resultados, los años 2005 al 2006. **BIODAMAZ 2005.**

4.2. Sistema de mercadeo local.

La comercialización de los productos agropecuarios es una etapa importante como la producción, y en muchos casos puede implicar diferencias en la rentabilidad de la actividad.

4.2.1. Sistema de comercialización.

Cuadro 19. Principales canales de comercialización de los productos agrícolas producidos en la cuenca del Itaya.

Canales de comercialización	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Intermediario del puerto	1	10	3	30	4	25	0	0	8	17.4
Comprador fijo	2	20	1	10	4	25	3	30	10	21.7
Directo al consumidor	7	70	6	60	8	50	7	70	28	60.9
Intermediario comunal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis.

En el cuadro 19 se observa que los canales de comercialización son diversos, se observa prevalecer la venta directa al consumidor (60,9%), donde las mujeres se encargan generalmente de esta acción y venden los productos en el mercado de Belén (zona de Pueblo Libre) por ser la más cercana a estas comunidades. En caso del comprador fijo (21,7%), se refiere a que los productores reciben en sus parcelas a las personas que compran productos específicos como aguaje y pepino o sandía en caso de vaciante. Intermediarios comunales no existen por esta zona, se tiene también al intermediario del puerto que se encarga de comprar los productos en el mismo puerto de descarga de los productos y donde el precio por lo general lo afirman ellos.

Al respecto **SOLIS (2008)** reporta que en Padre Isla (zona inundable), el 46.2% de los productores de la comunidad de Santa Martha, comercializan su producción de manera directa al consumidor final. En la comunidad de Nueva Amazonia el 35.7 de los productores comercializa con los intermediarios que se ubican en los principales puertos de la ciudad de Iquitos. En la comunidad de San Pedro el 31.6% de los productores establecen acuerdo comerciales con un comprador fijo, principalmente para el cultivo de arroz. En la comunidad de Santa Martha el 33.7% comercializa su producto a los intermediarios de los puertos productores y Belén.

Cuadro 20: Porcentajes de productores que consideran la competencia en la comercialización de sus productos.

Competencia en la comercialización.	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Si	3	30	3	30	7	44	2	20	15	32.6
No	6	60	5	50	7	44	8	80	26	56.5
Ocasionalmente	1	10	2	20	2	13	0	0	5	10.9
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta Propia de la Tesis

La competencia entre productores por comercializar su producción no es muy frecuente en los procesos de comercialización de los productores de la zona de estudio. Los productores y extractores minoristas, que se encuentran en las comunidades, ofertan su producto en sus parcelas o el puerto, sin embargo la existencia de intermediarios ejercen presiones y ofertas dudosas a los productores por la compra de sus productos, que muchas veces son víctimas de estafas y aprovechamiento por la informalidad de la comercialización y la poca capacidad de negociación de los productores. Según el cuadro 20, se observa que el 56,5 % de productores de las comunidades del estudio, manifiestan que no existe competencia por la adquisición de sus productos por parte de los intermediarios. Ocasionalmente hay competencia cuando se ofrece productos como el aguaje, el cual verifican la calidad del fruto (según especie) y se hace la oferta.

Cuadro 21. Disponibilidad de transporte para el mercado.

Disponibilidad de movilidad	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Cuenta con movilidad propia	3	30	5	50	8	50	2	20	18	39.1
Uso de colectivos	7	70	3	30	4	25	8	80	22	47.8
Empleo movilidad alquilada	0	0	2	20	4	25	0	0	6	13.0
Imposible transportar el producto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis.

El uso de transporte colectivo es el más frecuente en todas las comunidades, para transportar su producción al mercado de Iquitos (47,8%); sin embargo en época de vaciante se utiliza los motocarros y furgonetas desde cualquier punto de esta cuenca para llevar los productos hasta la comunidad de San José (frente a la zona baja de Belén-Pueblo Libre), el cual corresponde a movilidad alquilada (13,0%) para luego transportar en botes fluviales hasta esta zona de comercialización. Cuando los productos a comercializar son volúmenes relativamente altos y se quiere vender a mejores precios se embarcan en botes para su traslado hasta el mercado de productores. El 39,1% de los productores cuenta con movilidad propia para el transporte su producción, este consiste de un bote de aproximadamente 6 a 10 metros de largo y un motor peque-peque de 5 ó 9 Hp, esto sin duda facilita el proceso de comercialización y a la vez reducen los costos de comercialización.

Cuadro 22. Principales puertos de destino de la producción.

Principales puertos de comercialización	Canta Gallo		Moena Caño		2 de Mayo		Manzanillo		Total	
	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)	fi	hi (%)
Belén	6	60	5	50	7	44	6	60	24	52.2
Productores	3	30	5	50	9	56	4	40	21	45.7
Otros	1	10	0	0	0	0	0	0	1	2.2
TOTAL	10	100	10	100	16	100	10	100	46	100

Fuente. Encuesta. Tesis.

Entre los principales puertos de destino de la producción figuran: el puerto de Productores, puerto de Belén, puerto Lao y aledaños. Para el 45.7% del total de productores, el principal puerto es de Productores y el mercado Modelo. Para el 52.2% de los productores, el principal puerto de comercialización es Belén. La cercanía al mercado de Belén y al que se considera el mercado más grande de la ciudad de Iquitos, hace que los productores mayoritariamente transporten sus productos; en productos como el arroz se transporta

hasta el puerto de Masusa porque en él se encuentran mayoritariamente varios molinos. En cuanto al comercio de productos forestales no maderables como hoja de yarina (en forma de “crisnejas”) se comercializan en la misma comunidad (Manzanillo, Dos de Mayo), la ñejilla para madera se preparan en las mismas comunidades, lo misma que la “pona”; las especies consideradas forestales que se comercializan (capinurí, ubos, capirona y otros), se ofertan en los aserraderos ubicados frente a la comunidad de San José, en la zona de Puerto Libre. Las especies ornamentales provenientes de la comunidad de Moena caño se entrega acopiadores urbanos los cuales distribuyen en la ciudad de Iquitos.

4.2.2. Análisis económico de la producción.

En el cuadro N° 23 nos señala el análisis económico por cada uno de los productos de importancia económica para los productores, considerando la comunidad, volúmenes de comercialización, precios de venta e ingresos brutos de la producción; en el cual se observa que el cultivo de arroz en la mayoría de comunidades es el de mayor ingresos brutos, seguido muy de cerca del pepino y sandía.

Cuadro 23. Volumen de producción, precios e ingresos brutos de la producción.

Comunidad	Nº	Producto	Unidad de Medida	Cantid. x Viaje	Nº de viajes al mes	Precio Unt. S/.	Ingreso Bruto al Mes S/.
Canta Gallo	1	Culantro	Atados	10.0	2.0	0.5	100,0
	2	Tomate	Bandeja	2.0	2.0	10	40,0
	3	Sandía	Unidad	25.0	4.0	0,50	50,0
	4	Maíz	Saco	5.0	2.5	25	312.5
	5	Arroz	Saco. 40kg	04	2.0	25	200.0
Moena Caño	1	Pepino	Ciento	3.0	3.0	20.0	180,0
	2	Culantro	Racimo	10,0	3.0	5.0	50.0
	3	Arroz	Saco	10.0	5.0	25	1250.0
	4	Sandía	Unidad	100	5.0	0,50	250.0
	5	Ají dulce	Kg	30.0	4.0	0.5	60.0
	6	Flores	Espigas	30.0	1.0	2.0	60.0
	7	Papayas	Ciento	1.0	4.0	50.0	200.0

	8	Cocona	Saco	1.0	2.0	30.0	60.0
Mazanillo	1	Yuca	Saco	3.5	4.0	10	140.0
	2	Plátano	Racimo	4.0	4.0	7	112.0
	3	Culantro	Atado	40.0	6.0	0.5	120.0
	4	Ají Dulce	Kg	50.0	4.0	0.5	100.0
	5	Maíz	Saco	4.5	3.0	25	337.5
	6	Ají picante	Kg	1.0	2.0	5.0	10.0
Dos de Mayo	1	Yuca	Saco	3.0	5.0	10	150.0
	2	Plátano	Racimo	5.0	5.0	7	175.0
	3	Papaya	Ciento	2.0	5.0	50	500.0
	4	Arroz	Saco	2.0	2.0	25	100.0
	5	Maíz	Saco	3.0	3.0	25	225.0

Fuente: Encuesta de Tesis.

El cuadro presentado nos señala el análisis económico por cada uno de los productos de importancia económica para los productores, considerando la comunidad, volúmenes de comercialización, precios de venta e ingresos brutos de la producción; en el cual se observa que la producción por comunidad es heterogénea, donde el cultivo de arroz y maíz en la mayoría de comunidades son las que producen mayor ingresos brutos, seguido muy de cerca de hortalizas como el pepino y del fruto de sandía y papaya.

Cuadro 24. Volumen de extracción de PFM y PFNM.

Comuni dad	N°	Producto	Unidad de Medida	Cantidad x Viaje	N° de viajes al mes	Precio Unitario S/.	Ingreso Bruto al Mes S/.
Canta Gallo	1	Bijao	Atados	5.0	10.0	0.5	25,0
Moena Caño	1	Bijao	Atados	10.0	10.0	0.50	50,0
	2	Ñejilla	Unidad	5,0	4.0	3.0	60.0
	3	Pona	Unidad	3.0	3.0	20.0	180.0
	4	Madera	Unidad	2.0	1.0	30.0	60.0
Mazanil lo	1	Bijao	Atado	5.0	10.0	0.5	25.0
	2	Yarina	Ciento	5.0	1.0	8.0	40.0
	3	Madera	Unidad	2.0	2.0	30.0	120.0
	4	Aguaje	Sacos	2.0	2.0	15.0	60.0
Dos de Mayo	1	Bijao	Atados	10.0	10.0	0.5	50.0
	2	Madera	Unidad	5.0	5.0	50.0	1250.0
	3	Aguaje	Sacos	3.0	3.0	15.0	135.0

Fuente. Elaboración propia.

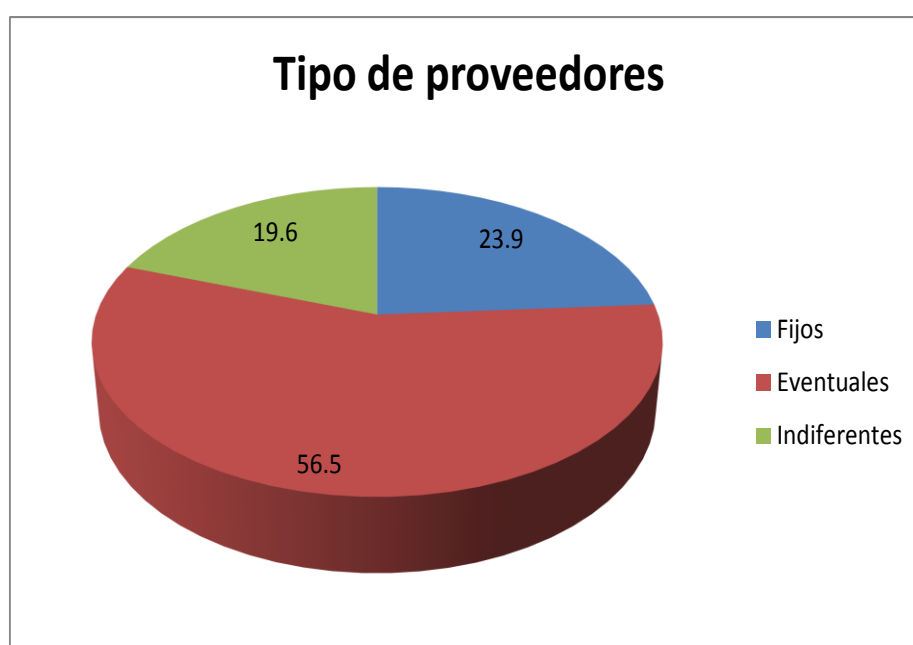
Los productos forestales no maderables que más comercializan la comunidad de Moena Caño, son la ñejilla (especie que abunda en las cochas) y la pona, se venden por pedidos que se hacen a la comunidad, generalmente se disponen para artesanías, pero la ñejilla es considerada en el mercado como una madera de mediana durabilidad, utilizada para horcones de casas. La pona, se venden igual que la ñejilla, pero actualmente se observa una baja de especies por su extracción inadecuada. En cuanto a madera, Moena caño, vende especies de “capinuri” y “ubos” para aserrío, Mazanillo y Dos de Mayo, aún venden madera como “Capirona” y “moena”, inclusive en Mazanillo se hacen trabajos de ebanistería. Dos de mayo también vende madera redonda como aceite caspi, usado como madera redonda para vigas de techos de viviendas. Es bueno resaltar que el IIAP realizó enriquecimiento forestal en esta zona, específicamente en Dos de Mayo, donde se promovió la especie capirona, como cultivo. **BIODAMAZ 2005.**

4.3. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

En este aspecto se dirige a la percepción de las personas, específicamente comerciantes que adquieren los productos agrícolas, especies forestales y maderables no forestales. Estas variables son el tipo de distribuidores, las razones que tienen en cuenta para adquirir sus productos y los canales de distribución de los mismos.

4.3.1. Tipo de Distribuidores y/o proveedores de productos.

Gráfico 2. Tipos de proveedores de productos.



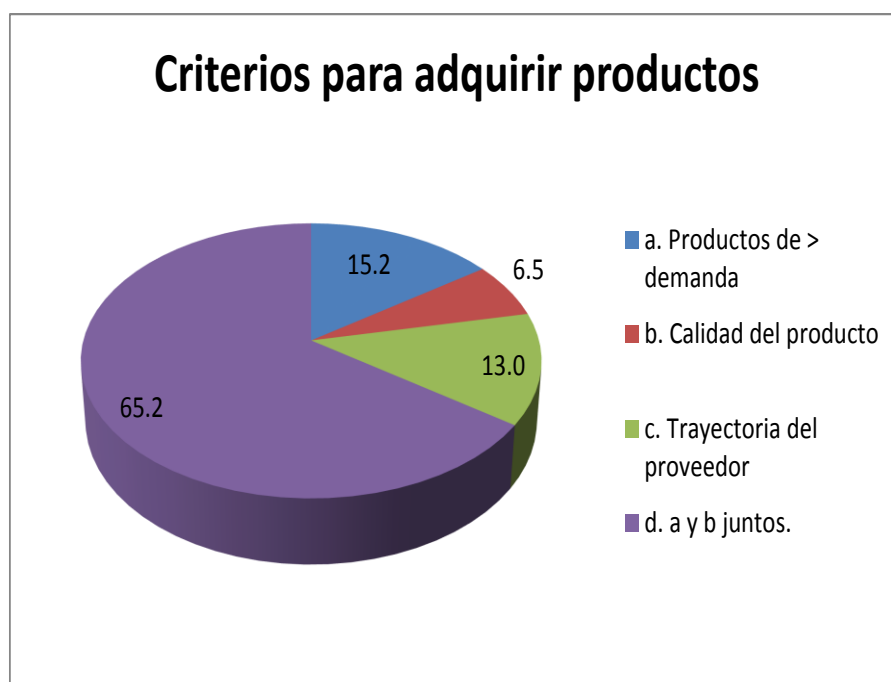
Fuente. Encuesta. Tesis.

En el siguiente gráfico se observa el tipo de distribuidores con que los comerciantes trabajan, en ese sentido el 56,5% de los intermediarios trabajan con proveedores eventuales, ya que debido a la informalidad de la comercialización y la desorganización, la mayoría no tiene un sistema formal de comprar y vender, sino se da en un contexto libre, en la cual compradores y vendedores realizan operaciones comerciales eventuales. Sin embargo el 23.9% de los comerciantes de los principales puertos señala que ya tiene proveedores fijos o conocidos quienes les venden sus productos, según especie y época

del año, ellos realizan acuerdos preestablecido, pero informales es decir sin algún compromiso o contrato de compra – venta. Otro grupo de comerciantes que representa el 19,6% es indiferente a que si tiene proveedores fijos o eventuales, lo que hacen es aprovechar las circunstancias y oportunidades que se presentan en el los puertos de Iquitos.

Al respecto **ARMAS (2008)**, sobre los canales de comercialización de productos en Iquitos, refiere que existen los mayoristas: que son los acopiadores en el mercado de Belén, generalmente habilitan a encargados o responsables de la extracción en los caseríos, ellos a su vez subcontratan a los extractores, el producto final es enviado en lancha o en embarcaciones menores desde los lugares de extracción, para su recepción por los acopiadores.

Gráfico 3. Criterios para adquirir productos.



Fuente: Encuesta Propia de la Tesis

Sobre el particular, los encuestados afirman que para la adquisición de los productos, la lógica es que este en buenas condiciones (calidad) y tenga demanda (65,2%). Sin embargo estos productos muchas veces no tienen el **justiprecio** que convendría a los productores, para asegurar ganancias y con ello mejorar su calidad de vida. El 13,0% señala que el principal criterio para la adquisición de sus productos a los productores es la trayectoria de estos, que generalmente se presentan entre los proveedores fijos, ya que los intermediarios trabajan formalmente con otros agentes como proveedores de alimentos a empresas o instituciones. Desde siempre en nuestra zona, la cadena comercial de productos del bosque y agrícola se da de manera informal y los precios de venta fluctúan en base a la oferta y demanda en el mercado. También, en gran parte, están sujetos al poder de negociación de los grandes mayoristas.

Gráfico 4. Destino de los productos agropecuarios adquiridos, según los comercializadores.

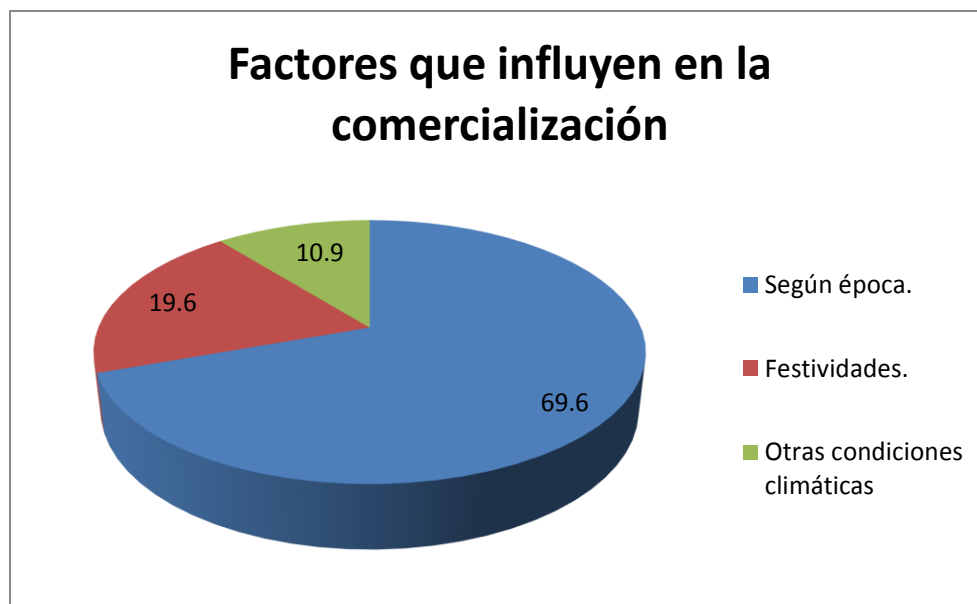


Fuente. Encuesta. Tesis.

El siguiente cuadro nos muestra la distribución secundaria de los productos de las 4 comunidades de la cuenca del Itaya de la zona de Iquitos. El 50,0% indica que estos venden los productos a detallistas que son comerciantes que vende el producto al menudeo al consumidor final, en esta opción también se ubican los mismos productores que optan por vender su producto directamente sin entregar a ningún intermediario y se encargaran de comercializar los productos durante todo el día al público en general.

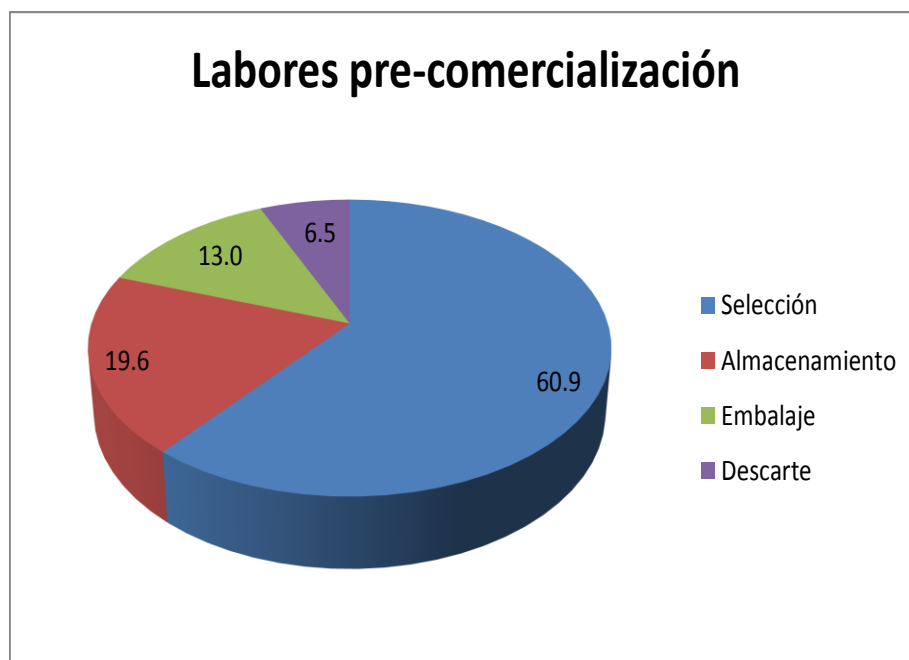
El 21,7% señala que comercializan los productos a abastecedores mayoristas, y estos a su vez los vende a empresas y compañías vinculadas a brindar servicio de alimentación. Estos mayoristas, son los que se encargan de comprar los productos en el puerto, fijando el precio de compra de acuerdo a los mayores o menores volúmenes de arribo, para a su vez venderlos en el mercado al minorista; en otras palabras el mayorista es el que fija los precios de compra y venta de los productos. Otro grupo que representa también el 23.1% señala que compran los productos en puerto a los productores y ellos mismo son los encargados de vender al público en general, ubicados en sus respectivos puestos de venta en los mercados de Belén y modelo.

Gráfico 5. Factores que influyen en la comercialización de los productos agropecuarios, según los comercializadores.



Fuente: propia de la tesis

Según los intermediarios existen factores que influyen en la comercialización de los productos como: Época de creciente, fechas festivas u otras condiciones climáticas como las temporadas de lluvia y los "frijajes" que se presentan muy comúnmente en la región. En ese sentido el 69,6% considera que el fenómeno de creciente y vaciante de los ríos, es el principal factor que influye en la comercialización de los productos agropecuarios, ya que incitantemente de acuerdo a la época existe la abundancia o escasez de algún u otro producto. El 19,6% de los comerciantes considera que las fechas de acuerdo a la época del año, ya sean motivos festivos ú otros acontecimientos hacen que los productos tengan más o menos demanda, por ejemplo en fechas de semana Santa los productos pesqueros son de mayor demanda. Sin embargo el 10,9% de los entrevistados señala que las condiciones climáticas como precipitaciones altas o bajas temperatura influyen la comercialización de productos. Estos factores también se considera que influyen en las preferencias de los consumidores finales.

Gráfico 6. Labores que realiza pre comercialización.

Fuente: propia de la tesis

Los vendedores realizan algunas labores antes de comercializar sus productos, es decir almacenan, clasifican y seleccionan, lo que les permite muchas veces acceder a distintos nichos de mercado, muchas de veces más formales y de mejores precios. En el siguiente gráfico se puede observar que el 60,9% de los comerciantes realiza la selección de sus productos para separar los que serán comercializados y los que serán descartados. El 6,5% realiza el descarte del producto para comercializarlos; el 19,6% almacena la producción y el 13% realiza el embalaje de entregar sus productos, ello porque el mercado donde colocan es más exigente en cuanto a la calidad y presentación del producto.

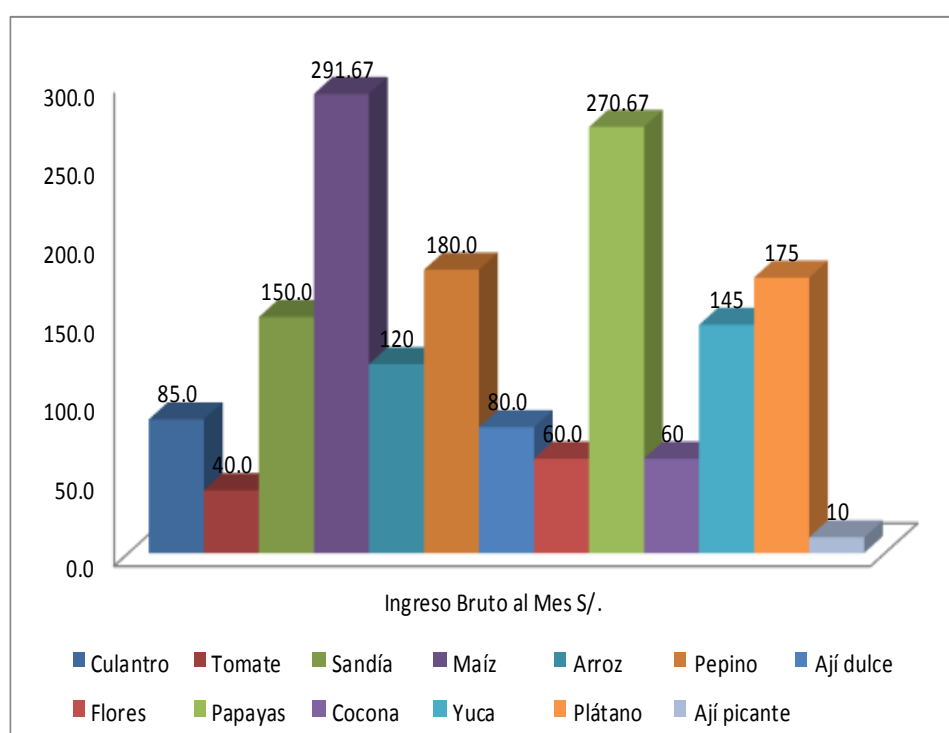
4.4. INGRESOS ECONOMICOS.

4.4.1. Ingresos Brutos mensuales promedio por producto.

En el siguiente gráfico se muestran los ingresos económicos mensuales promedio de los productores por producto, donde claramente se evidencia que el cultivo de maíz es la

actividad que le genera mayores ingresos brutos (S/. 291,67), seguido por el cultivo de papaya (S/. 270,67.00); lo que se demuestra que los cultivos de Yuca y Plátano que son los más dedicados en tiempo y esfuerzo son los que menos ingresos brutos generan (S/. 145,0 y S/. 175,0 respectivamente)

Gráfico 7. Ingreso bruto promedio/campaña de los productores por cultivo.

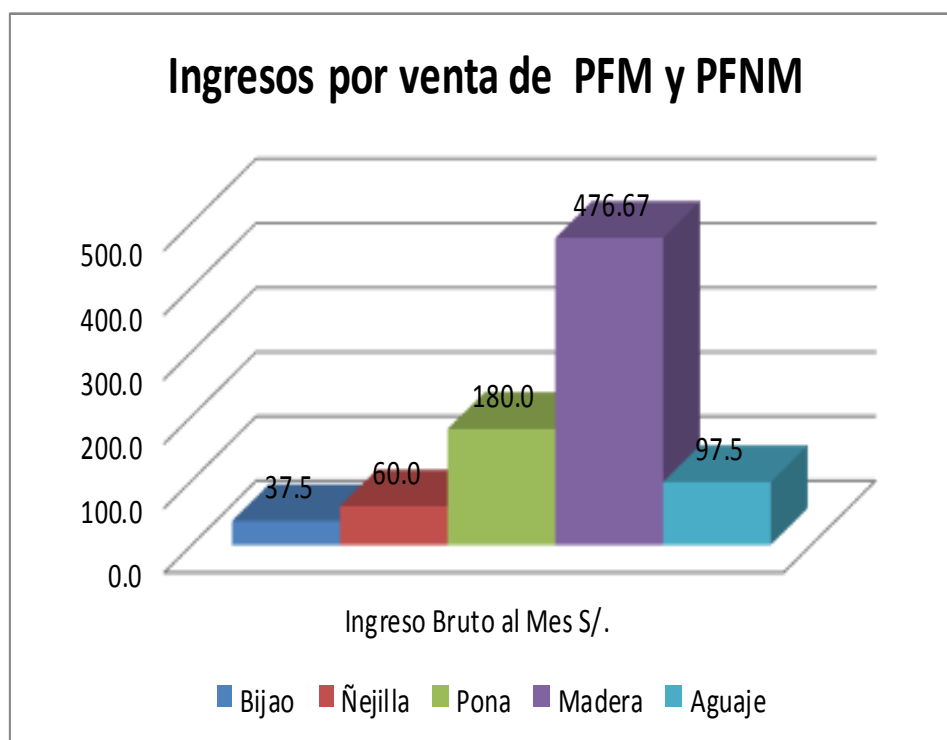


Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico también se puede apreciar que cultivos como el ají dulce (S/.80.0) culantro (S/. 85.0) y cocona (S/. 60.0) también proveen de ingresos económicos. El pepino caracteriza a la comunidad de Moena caño, provee de recursos económicos mientras dura la época de vaciante, de igual manera las flores silvestres son también una fuente de ingresos.

4.2.2. Ingresos por venta de PFNM y PFM. Promedios.

Gráfico 8. Ingresos por venta de PFNM y PFM.



Fuente. Elaboración propia.

La extracción de productos forestales maderables y no maderables es una actividad de siempre, pero que actualmente se están comercializando productos no muy conocidos como madera, así tenemos el capinurí, ubos, ñejilla. La madera genera recursos económicos en forma permanente, especialmente en la comunidad de Mazanillo que cuenta con terrazas altas donde no llega la inundación temporal y en ella se encuentran este tipo de madera. Todas las comunidades comercializan bijao; pona, ñejilla y aguaje, la comunidad de Moena Caño, Dos de Mayo y Mazanillo maderas como la capirona y moena en mayor cantidad, así como aguaje. En la zona de Mazanillo se desarrolla en casi toda el área la especie de palmera “yarina” que es usada para el techado de sus viviendas y para comercialización.

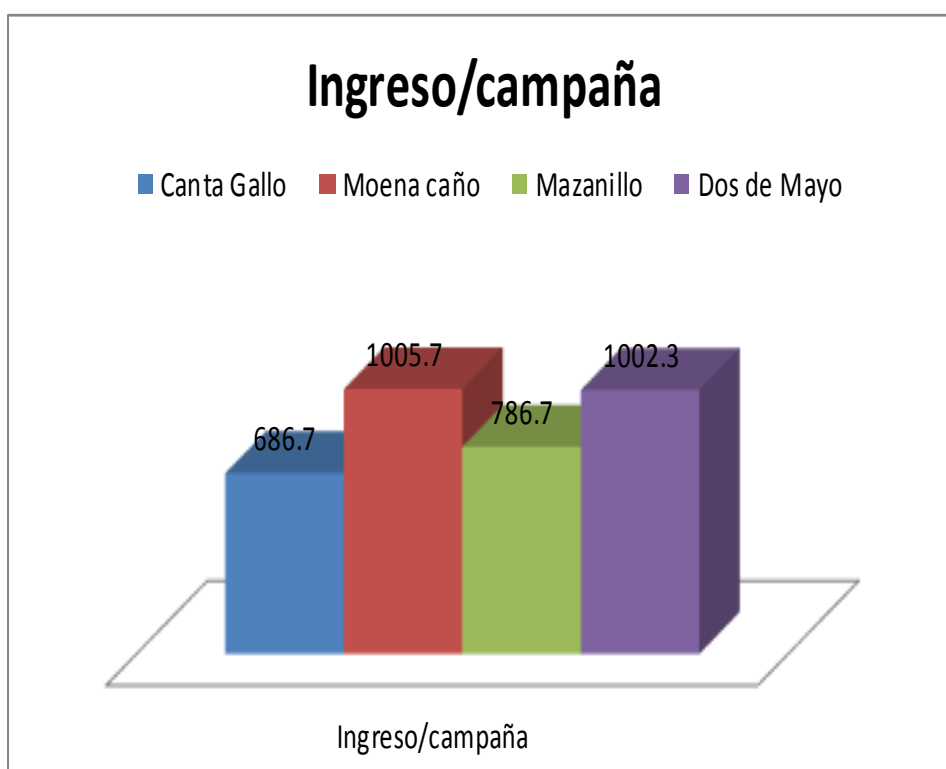
4.4.3 Ingresos brutos por campaña.

Cuadro 25. Ingresos brutos por campaña/comunidad. Total.

Comunidad	Ingreso/campaña
Canta Gallo	686.7
Moena caño	1005.7
Mazanillo	856.7
Dos de Mayo	1002.3
TOTAL	1775.675

Fuente. Elaboración propia.

Gráfico 9. Ingreso por campaña de productos agrícolas.



Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en el gráfico, la época de vaciante constituye el factor importante para la generación de ingresos económicos de estas comunidades. Moena caño es la comunidad que diversifica sus actividades productivas durante esta época. En el gráfico presentado se observa que los ingresos brutos generados mayormente son Moena Caño con S/. 1005,7 y

Dos de Mayo S/. 1002,3. Según **ROMERO (2014)**, evaluando huertos en la comunidad de Moena caño reporta que Sin embargo, que la especie más abundante es la "guayaba" ***Psidium guajava*** la cual en su temporada también es comercializada en los mercados pero a un precio considerablemente menor que la toronja, si embargo refieren que la verdadera rentabilidad de la guayaba no estaba en su comercio como fruta sino más bien elaborada como dulce de guayabada, estas personas manifestaron que mientras una bandeja del fruto es ofertada en 5 soles en el mercado, esta misma cantidad de frutos hecha "guayabada" puede rendir de 30 a 40 soles (descontando insumos y mano de obra). Otra especie vegetal que permite ganancias a los pobladores de Moena Caño son las flores, cuyo cultivo exige un mínimo esfuerzo, las cuales son ofertadas en los mercados, preferentemente los fines de semana, a un precio de un sol por ramo, resultados concordantes con **ORE et al (1996)**.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Luego del desarrollo de los resultados, se llegó a las siguientes conclusiones en el presente trabajo:

- El sistema de producción, referido al tipo de suelo donde se cultivan o extraen las especies y al manejo agronómico de las mismas, así mismo la accesibilidad del terreno, influye directamente en la comercialización de los productos, considerando los fenómenos de creciente (afecta la vialidad y transporte de los centros poblados que se encuentran en las riberas de los ríos) y estiaje de los ríos en cuanto a cantidad y calidad de producto a comercializar.
- La disponibilidad de transporte y el destino del producto también influyen en los procesos de comercialización primaria, se observa que mayormente utilizan los colectivos o motofurgonetas para transportar sus productos ocasionándole costos adicionales, pero existen productores que cuentan con transporte propio y cuenta con un comprador fijo, lo que genera mejores condiciones en sus ingresos económicos.
- La época del años, ya sea por festividades o por la influencia de la creciente y vaciante de los ríos ejerce una influencia marcada en la adquisición de los productos agropecuarios por parte de los comerciante con los productores de la zona de estudio.
- El cultivo de maíz en la zona se constituye en la actividad que genera mayores utilidades (S/. 291,67) y son las comunidades de Canta Gallo, Dos de Mayo y Mazanillo son las comunidades donde sus pobladores obtienen mejores ingresos

mensuales debido a la producción mayoritaria de este cultivo. Siguen en orden de importancia la papaya (S/. 270,67), pepino (S/. 175,0), complementándose la yuca (S/. 145,0) y plátano (S/. 145,0).

- En cuanto a productos forestales no maderables, la “pona” constituye la especie más pedida y comercializada por esta zona (S/. 180,0) y referido a productos forestales maderables, las especies de capirona y “moena” son los más comprados. La “ñejilla” constituye un nuevo rubro para venta como madera redonda; el comercio de árboles de “capinuri” y “ubos” se está promocionando en esta zona y otras de la región, con el consiguiente miedo de depredar el recurso.
- Los pobladores de esta zona tiene como actividad principal que genera ingresos económicos a la agricultura y por tal la comercialización de productos agrícolas en los principales puertos y mercados de la localidad de Iquitos; asimismo cuenta con constancia de posesión de sus parcelas y generalmente se ubican en zonas de restingas medias y bajas.
- Consideran que tiene problemas en aspectos productivos, básicamente por la falta de capital de trabajo y la poca disponibilidad de insumos; sin embargo existió la presencia considerable de programas de crédito asistido en la zona.
- Las parcelas de los productores se ubican mayoritariamente a menos de 20 minutos del puerto más cercanos, esto sin duda es una ventaja, considerando que la mayoría realiza prácticas post cosechas como almacenamiento y selección de su producción.
- El tipo de distribuidores con que los comerciantes trabajan, el 56,5% de los intermediarios trabajan con proveedores eventuales, ya que existe informalidad en la comercialización. Sin embargo el 23.9% de los comerciantes de los principales puertos señala que ya tiene proveedores fijos o conocidos quienes les venden sus productos, según especie y época del año.

5.2. Recomendaciones.

- Creación de organizaciones comunales para la conformación de “cadenas productivas” y la comercialización de productos; es decir, organización para mejorar el acceso al mercado.
- Ante la escasez creciente de productos forestales (para leña, construcción, artesanía, alimentación o para aserrío) que padece esta área, debe aplicarse modelos de reforestación con especies sembradas para leña, construcción y frutos para la venta al mercado (huito, capirona, espintana, ubos, yarina y camu-camu), adaptadas a la zona.
- Es necesario generar infraestructura básica productiva adecuada con la finalidad de mejorar las condiciones en la fase productiva e industrial, es decir mejorar las vías de acceso, los puertos, así como las condiciones de transporte del producto, además elevar los niveles tecnológicos empleados en la fase de producción incidiendo en los aspectos de propagación, prácticas de fertilización, manejo de plagas, labores de cosecha y post-cosecha.
- Validar tecnologías de cultivos basados en asociaciones de especies, rotación de cultivos y manejo agrícola en el cultivo, adaptadas a las condiciones de la zona en estudio.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVAREZ, R. (1998)**, El Programa de Extensión Agrícola en Venezuela - CONVENIO MAC – CIARA - BM – VENZUELA – 15 PGS.
- BELLO, A. S. (1991)**, Cultivo de la piña en la selva central del Perú, serie técnica 02/2003, N° 15, Lima, 45 pp.
- CAMPBELL et al (1997)** Economía, 3^{ra} Edición. Panamericanos Formas S.A. Santa Fe. Bogota – Colombia 880 pp.
- CASTRO, C. B. (1996)**, Características físicas y químicas de los suelos de mayor grado de evolución de las áreas adyacentes al río Amazonas –zona Iquitos – Nauta, tesis para Ingeniero Agrónomo, UNAP, Iquitos – Perú, 180 pp.
- CTTA, (1990)**, Manual para la implantación de una metodología de comunicación para la transferencia de tecnología en agricultura, Perú, 191 pp.
- FAO (1985)**, Extensión Rural, partiendo de lo posible para llegar a lo deseado. Serie Desarrollo Rural N° 2. Oficina Regional de la FAO, para América Latina y el Caribe.
- FAO, (1990)**, Mesa Redonda sobre la adecuación de los servicios de Extensión a las necesidades del desarrollo rural en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile.
- FORERO ALVAREZ, (1991)**, Jaime y otros. La Comercialización de Alimentos en Colombia. Serie, Investigación y Desarrollo N° 2. Ecoe, Universidad Javeriana, Santafé de Bogotá.
- I.I.C.A., (1990)**. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Métodos para Investigar la Comercialización Agrícola. Compendio. Lima, Perú.
- KINNEAR y etal (1996)** Investigación de Mercado, Cuarta Edición. Marthe. EE.UU 812 pp.

MACHUCA, E. G. (2001), Importancia Socio-Económica de los cultivos de Piña y Mari, en la comunidad de Tamshiyacu – Río Amazonas (distrito de Fernando Lores). Tesis, UNAP, 110 pgs.

ORBE, I. (2004), Proyecto Conservación In Situ de Cultivos Nativos y Parientes Silvestres de la Amazonía; IIAP, Iquitos – Perú.

PACHECO, (1991), Método para estudiar la comercialización a nivel del Agricultor. En Taller Latinoamericano sobre métodos para investigar la comercialización agrícola. Lima, Perú,

RODRIGUEZ, A. (1994), Estudio detallado de suelos de la zona de Fernando lores, Tamshiyacu, documento técnico, N° 55, IIAP, Iquitos – Perú, 38 pgs.

RODRIGUEZ J. (2006); Evaluación de la tecnología en el contexto socio – cultural de los agricultores productores de Piña, de la zona de Aucayo – río Amazonas; tesis – Facultad de Agronomía – UNAP, 142 pgs.

SPAHN, Harald. (2004), Manual Operativo para el Planeamiento del Desarrollo Rural, GTZ, Lima – Perú, 147 pgs.

VALDIVEZA P. (1981). Planificación en la Extensión Agrícola. Conferencia: Seminario de capacitación en Extensión. U.N.A.L.M. Reading University. 24 – 8 Setiembre, Lima – Perú.

VALDIVEZO, P (1989); Adopción de Tecnología en el Contexto Socio – Cultural de los Agricultores de la Sierra Sur del Perú; Separata, Escuela de Post – Grado, UNALAM, Lima – Perú.

ANEXOS

Anexo N° 1: Ficha de encuesta

DATOS GENERALES.

1. Nombre: _____

2. Edad: _____ años

3. Sexo: 1) M () 2) F () 4. Tiempo de residencia _____ años

7. N° de personas que habitan en la casa: _____

1. Principales productos agropecuarios que se cultivan en la zona

Actividad	Producto	Época (mes del año)	Unidad de Medida	Cantidad	Precio de Venta	Ingresos Brutos	Costo de producción	Ingresos netos
Agrícola								
Pecuaría								
Extractivas								
Otros								

2. Costos de producción.

Nº	Rubro	S/.	%
18.1	Preparación de Terreno		
18.3	Siembra		
18.4	Labores Culturales		
18.5	Cosecha		
18.6	Transporte		
18.7	Comercialización		
	TOTAL		

3. Tenencia de la tierra.

23.1) Propietario () 23.2) Posecionario ()

23.3) Comunal () 23.4) Otros (),

Especificar.....

4. Tipo de terreno donde cultivan.

25.1) Purma (); Edad de la Purma:.....

25.2) Bosque primario()

25.3) Ambos ()

5. Fertilización

26.1) Nunca fertiliza () 26.2) Con rastrojo ()

26.3) Con ceniza () 26.4) Con gallinaza ()

26.5) Fertilización química () 27.9) Otros ().....

6. Problemas fitosanitarios en las parcelas.

24.1) Si, severos ()

24.2) Si, insignificantes ()

24.3) No presenta ()

Principales plagas:.....

Métodos de control:.....

Principales enfermedades:.....

Métodos de control:.....

7. Sistema de producción.

31.1) Monocultivo ()

31.2) Con cultivos de pan llevar ()

31.3) Con frutales ()

31.4) Otros ()

8. Labores Culturales.

32.1) Distanciamientos ().....

32.2) Deshierbos ().....

32.3) Raleo ().....

32.4) Otros ().....

9. Realiza gastos en capacitación, asistencia técnica ó información agraria?

36.1) No ()

36.2) Si () Cuanto gasta S/.

10. Acceso a crédito:

10.1) Si ; Cuantas veces:.....

10.2) No .

11. Acceso a Asistencia técnica.

11.1) Nunca

11.2) En semillas

11.3) En fertilizantes

11.4) En capacitación

12. Métodos de capacitación.

12.1) Charlas técnicas

12.2) Visitas a las parcelas

12.3) Parcelas demostrativas

12.4) Folletos y revistas

13. Disponibilidad de Insumos:

Código	Insumo	Si	No	Porque?
13.1	Semillas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.2	Fertilizantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.3	Insecticidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.4	Herramientas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13.5	Material de embalaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

14. Selecciona su producción.

14.1) No

14.2) Si

15. Criterios para seleccionar.

- 15.1) Tamaño ()
- 15.2) Estado de madurez ()
- 15.2) Forma y aspecto externo. ()
- 15.4) Otros ()

16. Clasifica su producción:

- 16.1) No ()
- 16.2) Si ()

17. Labores Post-Cosecha.

Código	Labor	Descripción
17.1	Almacenamiento	
17.2	Embalaje	
17.3	Maduración post-cosecha	
17.4	Otros	

18. Principales problemas en la producción.

.....

.....

.....

Sistema de mercadeo local

19. ¿Cómo se comercializan actualmente los productos?

- 19.1) Informal ()
- 19.2) Contrato compra venta ()

19.3) Pedido Anticipado ()

19.4) Habilitación ()

20. ¿Quién compra y cuándo?

Código	Agente	Epoca de compra	Observaciones.
20.1	Rematista del puerto		
20.2	Regatón en la parcela		
20.3	Transportista		
20.4	Mayorista del mercado		
20.5	Minorista-detallista		
20.6	Consumidor final		

21. ¿Quiénes son los intermediarios o compradores más importantes, según el productor?

Código	Agente
21.1	Rematista del puerto
21.2	Regatón en la parcela
21.3	Transportista
21.4	Mayorista del mercado
21.5	Minorista-detallista
21.6	Consumidor final

22. ¿Qué compradores tienen mejor reputación, para el productor?

Código	Agente	buena	regular	mala	pésima
22.1	Rematista del puerto				
22.2	Regatón en la parcela				
22.3	Transportista				
22.4	Mayorista del mercado				
22.5	Minorista-detallista				
22.6	Consumidor final				

23. ¿Qué precios se pagan?

Código	Agente	Productos S/. por Kg.							
23.1	Rematista del puerto								
23.2	Regatón en la parcela								
23.3	Transportista								
23.4	Mayorista del mercado								
23.5	Minorista-detallista								
23.6	Consumidor final								

24. ¿Hay competencia entre los compradores?

24.1) No ()

24.2) Si (); Motivos de la competencia:.....

25. ¿Hay diferencias notables entre los precios que reciben los distintos agricultores y, de ser así, por qué?

.....
.....
.....

26. ¿Proporcionan crédito los compradores a los agricultores?

.....
.....
.....

27. ¿Cómo se transportan los productos al mercado?

.....
.....
.....

28. ¿Cuáles son los principales mercados donde se venden los productos?

.....
.....
.....

29. ¿Quién se encarga del transporte?

29.1) Productor ()

29.2) Comprador ()

29.3) Otros ();

30. ¿Qué cantidades se llevan en cada envío?

.....
.....
.....

31. ¿Cuál es el precio unitario del transporte a los diferentes mercados?

Código	Medida	S/.
31.1	Saco	
31.2	Kg.	
31.3	Unidad.	

32. ¿Cuánto demoran los viajes?

.....
.....
.....

33. ¿Con qué frecuencia hay transporte desde la zona?

.....
.....
.....
.....

34. ¿Son adecuados los medios de transporte?

.....
.....
.....

35. ¿Cuáles su fuente de información sobre el mercado y con qué rapidez les llegan las noticias, particularmente sobre los precios, pero también sobre las cantidades que se necesitan y los requisitos de calidad?

.....
.....
.....

36. ¿Cuáles son las quejas de los agricultores sobre los intermediarios?

.....
.....
.....

37. Organización de agricultores.

38.1) Asociaciones ()

38.2) Empresas de productores ()

38.3) Comités ()

38.4) Otros ()

Tiempo de la organización:

Documentos de gestión:

Anexo N° 2: Encuesta Aplicada a Comercializadora.

Ficha de encuesta a Compradores (Rematistas, mayoristas y consumidores finales)

1. ¿Proveedores importantes en la actualidad?

.....
.....

2. ¿Temporadas de suministro, y comienzo, punto máximo y terminación de cada temporada?

.....
.....

3. Especificaciones para al embalaje, peso del producto por unidad de embalaje y tipo de empaque, que requiere el comprador.

.....
.....

4. ¿Clasificación y normas de calidad?

.....
.....

5. ¿Problemas con los proveedores actuales y sus productos?

.....
.....

6. ¿Volumen de las ventas diarias, mensuales y anuales?

Producto	Precio Unitario	Venta diaria	Venta mensual	Anual

7. ¿Tendencias en la aceptación de los productos?

.....

8. Utilización del producto.

.....

9. ¿Factores que influyen en las ventas, por ejemplo, el clima, fiestas especiales, día de llegada al mercado?

.....

10. ¿Si se almacena la cosecha, dónde se almacena y quién se encarga de ello?

.....

11. ¿Cuáles son las quejas de los intermediarios sobre los agricultores?

.....

Anexo N° 3:

Imagen 01. Mapa de ubicación



Anexo N° 4: Fotos

Foto 1. Puerto Principal de Canta gallo.



Foto 2. En tiempo de vaciante del Rio Amazonas, Puerto Canta gallo, sale una playa de arena de una extensión aproximada de 100 m.



Foto 3. Movilidad de transporte de productos en la zona de estudio.



Medio de transporte (peque peque), para traslado de los productos agrícolas al puerto de Belén.
Comercialización de plátano en el sector de Venecia.

Foto 4. Comunidad de Dos de Mayo.



Foto 5. Madera para venta en Dos de Mayo de Muyuy.



Foto 6. Cultivo de maíz en Moena Caño.



Foto 7. Uso de la especie de capinurí como leña. Moena Caño.



Foto 8. Madera para comercializar en Moena Caño.



Foto 9. Chacra huerto en Mazanillo.



Foto 10. Madera especie Moena para venta en Mazanillo.



