

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



TESIS

“LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DEL ORÉGANO EN EL DISTRITO DE  
CARUMAS REGIÓN MOQUEGUA EN EL PERIODO 2017”

PRESENTADO POR:

Bach. Bethsabel Sandy Mamani Herrera

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERO COMERCIAL

TACNA – PERÚ

2017

# **ACTA DE CONFORMIDAD DE INFORME FINAL DE TESIS**

## **“LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL ORÉGANO EN EL DISTRITO DE CARUMAS – REGIÓN MOQUEGUA EN EL PERIODO 2017”**

DE LA BACHILLER EN INGENIERIA COMERCIAL

### **MAMANI HERRERA, Bethsabel Sandy**

Siendo las 17:00 horas del veintinueve de marzo del año dos mil diecinueve, se reunieron en el ambiente de la Oficina del Decanato de la Facultad de Ciencias Empresariales; los miembros del Jurado Dictaminador, designado mediante Resolución de Decanato N° 1230-2017-UPT-FACEM/D, de fecha 08.11.2017:

- Presidente : Dr. ASCENCIÓN AMERICO FLORES FLORES
- Secretario : MBA. VICTOR SAMUEL DAMASO MARQUEZ TIRADO
- Vocal : Mag. KARLA VERONIKA TAPIA PONCE

En la revisión de la Tesis acerca de las observaciones realizadas por los miembros del jurado, fueron levantadas cada una de ellas, dando visto bueno del mismo, debiendo proseguir con los trámites siguientes.

Siendo las 17:30 horas del mismo día, se levantó la presente reunión, firmando en señal de conformidad.-.-.-.-.



**Dr. ASCENCIÓN AMERICO FLORES FLORES**



**MBA. VICTOR SAMUEL D.MARQUEZ TIRADO**



**Mag. KARLA VERONIKA TAPIA PONCE**



**Bach. BETHSABEL SANDY MAMANI HERRERA**

***DEDICATORIA***

A Dios por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy y darme buena salud e iluminar mi camino

A mis padres, Justo Víctor y Elvira Rosa, quienes son el pilar fundamental de todo lo que soy, en mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo, todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

A mi única hermana Nadia Zara, por apoyarme en los momentos más difíciles de mi vida, de la cual aprendí aciertos y aceptar los momentos difíciles y a todos mis familiares.

Gracias

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación explica la relación existente entre los factores de producción, clasificados en sus tres grandes categorías: Tierra, Trabajo y Capital; y la comercialización del orégano, así como su influencia, en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017. El objetivo es determinar la influencia de cada uno de los factores de producción en la comercialización del producto en cuestión.

La investigación es de carácter cuantitativo. Los datos utilizados para realizar el estudio son secundarios, constituyendo de esta manera, el diseño de investigación descriptivo relacional no experimental. La unidad de investigación es el agricultor del distrito de Carumas, para lo cual se selecciono 70 agricultores que vendrían a ser los que representan la mayor cantidad del nivel de ventas, se aplicó una ficha de información para medir las variables de estudio. Se encontró que los factores de producción influyen significativamente en el nivel de comercialización, tomando en cuenta que el factor tierra influye en una menor proporción en el nivel de comercialización y el nivel de ventas de los productores de orégano de Carumas es de un nivel intermedio.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
RESUMEN .....	iii
ÍNDICE .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS .....	ix
INTRODUCCIÓN .....	10
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	12
1.1 Descripción de la realidad problemática .....	12
1.1 Formulación del problema .....	13
1.1.1 Problema general .....	13
1.1.2 Problemas específicos .....	13
1.2 Objetivos .....	14
1.2.1 Objetivo general .....	14
1.1.1 Objetivos específicos .....	14
1.3 Justificación, importancia y alcances de la investigación .....	15
1.3.1 Justificación .....	15
1.3.2 Importancia de la investigación .....	15
1.3.3 Delimitaciones De La Investigación .....	15
1.4 Hipótesis .....	16
1.4.1 Hipótesis general .....	16
1.4.2 Hipótesis específicas .....	16
1.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	18

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO .....	19
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
2.2 Bases teóricas .....	21
2.2.1 Factores de producción. ....	21
2.3 Comercialización.....	23
2.4 El orégano .....	24
2.5 Definición de términos básicos.....	30
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	36
3.1 Tipo de investigación.....	36
3.2 Nivel de investigación .....	36
3.3 Diseño de investigación .....	36
3.4 Población y muestra de estudio .....	36
3.5 Técnicas e instrumentos de investigación.....	37
3.6 Procesamiento y análisis de información .....	37
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	38
4.1 Resultados.....	38
4.1.1 Factores de Producción con y nivel de Comercialización.....	38
4.1.2 Información Complementaria .....	40
4.2 Comprobación de hipótesis .....	45
4.2.1 Hipótesis General .....	45
4.2.2 Hipótesis Especificas .....	48
CONCLUSIONES .....	53
RECOMENDACIONES.....	55

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
ANEXOS.....	59

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Operacionalización de variables .....	18
Tabla 2 Valor de jornales (/S) por distrito en el año 2016 .....	26
Tabla 3 Cantidad de horas / Maquina utilizados en el año 2016 .....	27
Tabla 4 Pecios promedio de fertilizantes año 2016 .....	28
Tabla 5 Inversión y ventas de orégano en el distrito de Carumas.....	38
Tabla 6 Resumen del modelo.....	45
Tabla 7 Anova. ....	46
Tabla 8 Coeficientes.....	46
Tabla 9 Correlaciones .....	47
Tabla 10 Coeficientes.....	47
Tabla 11 Correlaciones .....	48
Tabla 12 Anova .....	49
Tabla 13 Anova .....	50
Tabla 14 Anova .....	51
Tabla 15 Estadísticos descriptivos .....	52



**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Serie histórica del volumen de exportación del orégano, 2014. ....	29
Figura 2. Exportaciones por país de destino,2015 .....	29
Figura 3. ¿Le brindan capacitación en procesos comercialización del orégano? .....	41
Figura 4. ¿Cómo es la situación del terreno a cultivar?.....	41
Figura 5. ¿Cuántas hectáreas de terreno Ud. cultiva por campaña? .....	42
Figura 6. ¿Cómo es su capital de financiamiento?.....	43
Figura 7. ¿Cómo considera ud el acceso a la información de mercado para el agricultor? .....	44

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1: Vista de la preparación del terreno en arado en suelos adecuados para el cultivo .....	1
Fotografía 2: Vista de preparación del terreno para la plantación de orégano.. .....	1
Fotografía 3: Vista de parcela con plántulas de orégano con riego a gravedad.....	2
Fotografía 4: Vista de la producción del orégano, se observa falta de tecnología.....	2
Fotografía 5:Monitoreo por parte del personal técnico. ....	3
Fotografía 6: paleado de oregano. ....	3
Fotografía 7:Llenado de sacos con alto porcentaje de hoja molida y perdida de color. ....	4
Fotografía 8: almacenamiento del oregano cosechado.....	4
Fotografía 9: Traslado en camiones a la ciudad de Tacna por intermediarios. ....	5
Fotografía 10:Encuentro de productores de orégano del distrito de Carumas .....	5
Fotografía 11: Personal técnico brindando capacitación a los agricultores de Carumas.....	6
Fotografía 12: Vista de productores en el tercer festival de orégano del distrito de Carumas.....	6

## INTRODUCCIÓN

El sector agricultura tiene sus inicios desde tiempos inmemorables, dicha actividad ha sufrido transformaciones que han ido favoreciendo, a todo el mundo.

Los dos grandes temas a los cuales dedicaremos toda nuestra atención son los factores de producción y la comercialización del producto en cuestión, específicamente en el distrito de Carumas, región Moquegua durante el periodo 2016, tomando como base, datos reales del XI Censo de Población y VI de Vivienda y los datos del Ministerio de Agricultura. Estos dos temas están estrechamente relacionados, constituyendo los factores de producción, la variable independiente y la comercialización del orégano, la dependiente. Estas dos variables constituyen el aspecto económico de dicho ámbito de estudio, cuya actividad agrícola la caracteriza en gran manera, ya que al estar ubicada en zona propicia para el desarrollo de la agricultura representa una mayor producción de orégano.

El distrito de Carumas en la región Moquegua está desarrollando una economía a escala, teniendo un crecimiento económico y también poblacional, dedicada a dicho rubro, bastante acelerado, observamos que cada vez existe un mayor incentivo en cada uno de los factores de producción, incluyendo también la existente en zonas periféricas.

La estructura desarrollada en la presente investigación contiene IV capítulos; el capítulo I describe el planteamiento del problema y la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos, justificación importancia y alcances de la investigación, hipótesis y la operación de variables. En el capítulo II desarrollamos el Marco teórico, antecedentes de la investigación, bases teóricas,

comercialización, producción de orégano en el Perú. El capítulo III presenta la investigación a desarrollar, tipo de investigación, nivel de investigación, diseño de investigación, población y la muestra de estudio, técnicas e instrumentación de investigación, procesamiento y análisis de información. El capítulo IV se encuentra los resultados y comprobación de hipótesis y discusiones, las conclusiones, recomendaciones y los anexos.

Finalmente, se describe las conclusiones y recomendaciones a los cuales ha llegado la investigación que será una fuente de información para todos los actores de la cadena productiva del orégano en la región Moquegua.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1 Descripción de la realidad problemática

El orégano, también conocido como la especia de la felicidad, es una hierba aromática utilizada principalmente como condimento en la gastronomía, tanto sus hojas frescas como secas, aunque secas se percibe más su sabor y aroma. El mercado mundial de especias ha experimentado un constante crecimiento a partir de la década de 1970, así como su creciente demanda en los países europeos y sudamericanos, como Brasil, Uruguay y Argentina. Los objetivos del presente trabajo consisten en analizar los factores de producción, como el trabajo, tierra y capital, y el grado de repercusión en la comercialización del orégano. En Moquegua, la agricultura es una actividad menor comparada con la minería, ya que cuenta con 53,553.73 has. cultivables de los cuales solo 17,725 has. se utilizan en la agricultura, es decir, cerca de 33.1%; y 414,903 has. son pastos naturales. En el distrito de Carumas solamente 710 has. son utilizadas para el cultivo de orégano (aproximadamente 1.33%).

Es importante para los agricultores de los distintos caseríos que pertenecen al distrito de Carumas priorizar el desarrollo de cada uno de los factores de producción que repercuten el proceso de comercialización de la especia en mención, ya que potenciarían el sector agricultura en ese aspecto, aprovechando todos los proyectos destinados a ello, desarrollados por el Gobierno Regional, la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto y la Municipalidad Distrital de Carumas.

La falta de formalización y organización es una problemática visible que afrontan los agricultores para que les permitan la conformación de una asociación de

productores, agricultores o comerciantes propiamente dicha, para la adquisición de maquinarias necesarias, fertilizantes orgánicos y tecnología agraria con el objetivo de mejorar los rendimientos y la calidad del orégano en el distrito. Anteriormente y en varias oportunidades se ha buscado acuerdos con un beneficio común, pero el capital a invertir es, por lo pronto, sobrevalorado a lo que ellos estiman conveniente, en otras palabras, aún no se consigue madurar el tema. La finalidad de asociarse para la comercialización y posteriormente la exportación del producto es disminuir, a mediano y a largo plazo, el acopio del orégano realizada actualmente por terceras personas que lucran con la diferencia de precios, y poder percibir el precio del mercado actual, el cual es ligeramente estable, sin fluctuaciones que conlleven a la especulación. Así como se está buscando impulsar el factor capital, también se debe buscar el impulso a los otros dos factores, como es el factor trabajo y tierra, para que de esa manera se pueda percibir una mayor ganancia.

## **1.1 Formulación del problema**

### **1.1.1 Problema general**

¿La tierra, trabajo y capital son los factores de producción que influyen en la comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017?

### **1.1.2 Problemas específicos**

- 1) ¿El factor tierra influye directamente en la comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua?

- 2) ¿El factor trabajo influye directamente en la comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua?
- 3) ¿El factor capital influye directamente en la comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua?
- 4) ¿Cuál es el nivel de comercialización de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar la influencia de los factores productivos tierra, trabajo y capital en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.

#### **1.1.1 Objetivos específicos**

- 1) Identificar la influencia del factor tierra en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.
- 2) Identificar la influencia del factor capital en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.
- 3) Identificar la influencia del factor trabajo en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.
- 4) Identificar el nivel de comercialización de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua.

### **1.3 Justificación, importancia y alcances de la investigación**

#### **1.3.1 Justificación**

El presente trabajo de investigación se realiza para tener conocimiento del grado de influencia que genera cada uno de los factores de producción, y en conjunto, en la comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua.

Es por eso que dicha investigación, servirá para optimizar el proceso de comercialización mediante el impulso de los respectivos factores de producción. Asimismo, se justifica en la medida que permitirá determinar cómo los factores productivos influyen en el nivel de ventas para poder implementar las iniciativas necesarias para la mejora de su proceso de comercialización.

#### **1.3.2 Importancia de la investigación**

Conocer los factores de producción, como el trabajo, tierra y capital, y el grado de influencia en el proceso de comercialización, para tener presente la rentabilidad económica para los productores de orégano en el distrito de Carumas. Obteniendo datos reales en base a encuestas y proyecciones de anteriores estudios, los cuales nos permitirán encontrar las causas de la problemática, con la finalidad de plantear medidas que permitan impulsar cada uno de los factores, así como en su conjunto.

#### **1.3.3 Delimitaciones De La Investigación**

##### **Delimitación espacial**

La investigación está comprendida dentro del sector productivo del orégano, en la región Moquegua, distrito de Carumas.



### **Delimitación temporal**

La presente investigación se realiza durante el año 2017.

### **Delimitación conceptual**

La investigación abarca aspectos fundamentales de los factores de producción del orégano (capital, tierra y trabajo) en Moquegua y su relación con el nivel de comercialización para los agricultores del distrito de Carumas.

## **1.4 Hipótesis**

### **1.4.1 Hipótesis general**

**H0:** La tierra, el trabajo y el capital son factores de producción que no influyen directamente en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.

**H1:** La tierra, el trabajo y el capital son factores de producción que influyen directamente en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.

### **1.4.2 Hipótesis específicas**

#### **Primera Hipótesis**

**H0:** El factor tierra no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

**H1:** El factor tierra influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

### **Segunda Hipótesis**

**H<sub>0</sub>:** El factor trabajo no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

**H<sub>1</sub>:** El factor trabajo influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

### **Tercera Hipótesis**

**H<sub>0</sub>:** El factor capital no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

**H<sub>1</sub>:** El factor capital influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

### **Cuarta Hipótesis**

**H<sub>0</sub>:** El nivel de comercialización de los productores de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua, es de nivel bajo.

**H<sub>1</sub>:** El nivel de comercialización de los productores de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua, es de nivel intermedio.

## 1.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

*Operacionalización de variables*

VARIABLES	SUB-VARIABLES	INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Variable independiente: Factores de producción	Capital	Maquinaria	Total de inversión en tractor agrícola
		Materias primas	Total de inversión en fertilizantes Insecticidas Esquejes de orégano para plantar.
	Tierra	Áreas cultivadas	Total de inversión en áreas cultivadas
		Infraestructura	Total de inversión en canales de regadío y estanques
		Almacenamiento	Total de inversión en local de almacenamiento
	Trabajo	Mano de obra directa	Jornales por día
		Capacitación	Charlas del Proyecto de orégano de la municipalidad distrital de Carumas
	Variable dependiente: Nivel de comercialización		Nivel de ventas

Fuente: elaboración propia

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la Universidad Jorge Basadre Grohmann (Ticona, 2014), realizaron un estudio para determinar los factores que explican la contracción de la superficie destinada al cultivo de orégano en la zona andina del distrito de Ilabaya en el año 2013. En el cual se determinó que no se encontró relación significativa entre el grado de reinversión y la superficie cultivada de orégano. Las utilidades netas sí tienen un efecto directamente proporcional y muy significativo sobre la superficie cultivada de orégano, y cuando la utilidad se incrementó en S/. 1,00 en promedio, *ceteris paribus*, provocó en promedio, un incremento de la superficie cultivada en 0,0001 ha.

No se observó relación significativa entre la disponibilidad de recurso hídrico y la superficie cultivada de orégano.

Se encontró efecto significativo e inversamente proporcional entre la percepción de período de retorno económico y la superficie cultivada de orégano, cuando el período de retorno económico se incrementó en un mes en promedio, *ceteris paribus*, provocó en promedio, una disminución de la superficie cultivada en 0,0317 ha.

Otro estudio de la misma universidad (Chura, 2013) busca identificar los factores restrictivos que vienen determinando el bajo volumen de exportación del orégano en el distrito de Ilabaya. Los resultados del estudio determinaron que, sobre la capacidad instalada de producción, a nivel estadístico plantea que la producción no sería un factor definitivo y total que nos explique la oferta exportable.

Sobre el acceso a información de mercados la totalidad de productores que exportan su orégano no poseen adecuada información del mercado.

Según el estudio la relación entre la capacidad de gestión y la capacidad de exportar orégano es nula.

Entre los factores analizados se encuentra que sólo la información de mercados condiciona la capacidad de exportar. Destacamos el uso de estas tres variables capacidad instalada, información de mercados y capacidad de gestión.

El estudio para la facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Jorge Basadre Grohmann (Tellería, 2014) cuya finalidad fue Determinar qué factores condicionaron prioritariamente la producción del orégano en el Distrito de Candarave durante el año 2013.

De acuerdo con los resultados, los factores que condicionan prioritariamente la producción del orégano en Distrito de Candarave, se encontró que el nivel de adopción e innovación tecnológica y los costos de producción se cumple parcialmente, de modo que en conjunto los factores nivel de adopción e innovación tecnológica y costos de producción explican el 48% de las variaciones del rendimiento productivo del orégano en distrito de Candarave. Se encontró que el Nivel de Adopción e Innovación Tecnológica presenta moderada correlación positiva ( $r=+0,420$ ) altamente significativa ( $p<0,01$ ) con los Rendimientos productivos alcanzados, de modo que los productores de orégano del Distrito de Candarave con mayor nivel de adopción e innovación tecnológica exhiben un alto rendimiento productivo respecto de aquellos que acreditan un menor nivel de adopción.

Se encontró que el acceso y condición de financiamiento presenta muy baja correlación positiva ( $r=+0,060$ ) no significativa ( $p>0,05$ ), con los Rendimientos productivos alcanzados por los productores de orégano del Distrito de Candarave. De modo que no es cierto, que los productores con mayor facilidad y acceso al financiamiento exhiben un mayor rendimiento que aquellos que tienen una menor facilidad y acceso.

Se encontró que los Costos de Producción presentan alta correlación positiva ( $r=+0,661$ ) y muy significativa ( $p<0,01$ ) con los rendimientos productivos alcanzados por los productores de orégano del Distrito de Candarave. En ese sentido, los productores que han dispuesto mayores costos en la producción han registrado mayores rendimientos en su proceso productivo.

Finalmente, el estudio de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (Paria, 2012) con el objetivo de identificar las características técnicas usadas en la práctica usada por los agricultores del Sub Sector Cojmani-Vilalaca, de la Provincia Jorge Basadre, entre los recursos utilizados en la producción del orégano, con implicancias en los niveles de eficiencia económica y de rentabilidad con énfasis en la descripción y ejecución del uso de los recursos, tierra, capital y trabajo, en la producción concluye que no existe influencia significativa del uso de la mano de obra en la producción.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Factores de producción.**

Los factores de producción son los recursos que se utilizan para producir bienes y servicios. Son aquellos recursos que las personas y, generalmente, las

empresas, necesitan para producir los bienes que luego ponen en el mercado (Smith, 2011). De acuerdo a ello, para producir bienes eran necesarios tres factores de producción básicos: la tierra, el trabajo y el capital.

Los factores de producción son:

**La tierra;** son los recursos naturales que se necesitan para producir bienes y servicios. Incluye al suelo (donde está asentado el sembradío o la fábrica o el comercio), o los minerales (como las reservas minerales que sirven para crear energía) y al agua (o sea, los recursos hidráulicos como: lagos y ríos). (Astudillo, 2012).

Dentro de los recursos naturales cabe diferenciar los renovables, o aquellos que se pueden utilizar de forma reiterada en la producción (ejemplo: madera), de los no renovables, se agotan al emplearlos en el proceso productivo (ejemplo: petróleo). Los renovables pueden ser, a su vez autorenovables y renovables por la acción del hombre.

El **trabajo;** se le conoce como mano de obra y es la actividad que desarrollan los seres humanos para producir bienes y servicios. Incluye tanto el esfuerzo físico como mental de quienes laboran en una economía. Su calidad depende del conocimiento y las habilidades que posean las personas. La remuneración que perciben los trabajadores son los salarios (Astudillo, 2012)

De los tres factores el trabajo presenta unas características singulares: 1) Es inseparable de la persona, siendo el hombre sujeto y fin de la economía. 2) La Economía es una ciencia social y por ello el factor trabajo es el de mayor implicación. 3) Es el factor más importante, cuantitativamente y cualitativamente, para la generación de los outputs, porque es una gran fuente de consecución de renta que

supone consumo y ahorro. 4) Es un bien económico por ser útil, escaso y regulable (y de alguna manera transferible). 5) Es factor originario de los otros dos (la tierra se transforma y el capital se crea con trabajo) 6) El trabajo es además de un fin un medio económico.

El **capital**; una acepción de este término es el de dinero; sin embargo, el capital como factor de producción se refiere a la maquinaria, equipo, herramientas, mobiliario, construcciones y todos aquellos bienes que sirven para producir otros bienes y servicios. Los propietarios de este factor de producción reciben interés (Astudillo, 2012)

### **2.3 Comercialización**

La comercialización es un proceso social de satisfacción de deseos que incluye a individuos y organizaciones que realizan funciones específicas al facilitar las relaciones de intercambio (Staton, 1996).

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. El mercado de commodities agropecuarios se comporta casi como un mercado de competencia perfecta, donde vendedores y compradores tienen alto grado de atomización y si bien es cierto que los productores no pueden influenciar el mercado por ese gran grado de atomización que presentan, hay herramientas a su disposición que permiten que un productor logre diferenciarse de otro que comercializa el mismo producto: calidad del producto, cobertura de precios contratos anuales de producción, son algunas de ellas.



## 2.4 El orégano

Como “orégano” se conocen a diversas especies del género *Origanum* e híbridos cultivados, entre ellos están: *Origanum vulgare*; *Origanum vulgare* ssp. *viride*, *Origanum majorana* y *Origanum x applii* (*O. majorana* x *vulgare* ssp. *vulgare*) y todas las subespecies de *Origanum vulgare*. El “orégano” (*Origanum* sp.); es una especie herbácea, perenne y rústica, perteneciente a la familia *Lamiaceae*. El nombre viene del griego “oros” (montaña) y “ganos” (ornamento): “El ornamento, decoración, o belleza de las montañas”. Las especies del género *Origanum* son ampliamente utilizadas en todo el mundo como una especie muy popular, bajo el nombre vernácula “orégano”.

El (*Origanum vulgare* L. 1753) es una planta originaria de Europa (región mediterránea) y de Asia occidental. Fue utilizado por los antiguos griegos y romanos. Es fuertemente olorosa y de gran sabor. En las zonas más cálidas el aroma es de mayor intensidad, el sabor más picante y el perfume más persistente. Se cultiva por su demanda en el sector farmacéutico y cosmético, además de la industria alimentaria y semillera.

El orégano contiene un aceite esencial que se compone principalmente de monoterpenos y sesquiterpenos, lo que da cuenta de sus cualidades aromáticas por excelencia en el uso práctico en la preparación de diversos platos culinarios. Entre los compuestos químicos que contribuyen al sabor son el carvacrol, timol, limoneno, pineno, ocimeno y cariofileno (EOL, 2004) Los mayores productores a nivel mundial de orégano son Turquía, Albania, Grecia, Marruecos, Egipto y México. Su cultivo es muy difundido en Grecia, Italia, España, Turquía, Francia, Albania, Yugoslavia y

Marruecos. En América, los principales productores son: México, Brasil, Chile y Costa Rica (Villalobos, 2016).

### **Producción Nacional**

La data del Ministerio de Agricultura y Riego, registra información hasta el año 2014, dando cuenta una superficie cosechada de 2, 050 hectáreas y su producción de 15,374.85 toneladas en el país con una tendencia ascendente de 3.9 % en los últimos quince años (DRA, 2016)

En el Perú la superficie cultivada y distribución geográfica, del orégano está presente principalmente en las Regiones de Tacna, Arequipa y Moquegua.

### **Producción Regional**

Las principales zonas de producción de orégano están ubicadas en el distrito de Torata, Carumas, San Cristóbal , Cuchumbaya y puquina que representan el 90% de la producción regional con un precio promedio en chacra de /s.10,20/ Kg. En los años 2012 al 2016 el precio se fue incrementando de /S. 8,00 -/S.10,50. Esto debido a una creciente demanda de orégano por intermediarios y exportadores. (estadístico DRA – Moquegua, 2016)

### **PRODUCCION DE OREGANO EN EL DISTRITO DE CARUMAS**

E l distrito de Carumas cuenta con 191has.de cultivo de orégano donde sus principales zonas de cultivo son: Somoa, Cambrune, Ataspaya, Saylapa y solajo con un rendimiento promedio 1.750 kg/ ha y un total de 330 tm/campaña. (DRA MOQUEGUA)

### **Factor capital (mano de obra) en el distrito Carumas**

En el distrito de Carumas se estima que el 63% de empleo es generado por la agricultura siendo el más representativo el cultivo de orégano con y su principal fuente de abastecimiento son personas que residen en el lugar.

Lo que muestra el Cuadro N°2, es la fluctuación del costo de un jornal por cada mes y va dependiendo la labor que va realizar el jornalero y según el mes del año que hay periodos donde hay mucha demanda de personal en este caso fue constante en el año 2016 de /S.45,00 que usan los agricultores (Agencia agraria Carumas)

Tabla 2

*Valor de jornales (/S) por distrito en el año 2016*

<b>Distritos</b>	<b>EN</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
<b>Carumas</b>	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
<b>Cuchumbaya</b>	45	55	55	55	45	45	45	45	50	45	45	45
<b>Sancristobal</b>	50	50	50	50	45	45	45	50	50	50	50	45

Fuente. Agencia agraria Carumas.

### **Demanda de uso maquinaria agrícola y compra de fertilizantes**

En el distrito de Carumas solo se cuenta con un tractor agrícola Lo que muestra en el cuadro , es la horas /máquina que los productores usan anualmente para preparar sus terrenos siendo los meses de enero – marzo un periodo de precipitación pluvial no adecuado para hacer trabajos de preparación de terreno y los meses de abril a diciembre mayor demanda de alquiler de maquina siendo destinado solo un 30% para el cultivo de orégano que van ser utilizado en el arado y rastreado de la tierra por ser terrenos de pendiente elevada teniendo un total de 655 contratos atendidos para 470

has. Con una cantidad de 1400 horas/maquina (unidad desarrollo económico municipalidad distrital Carumas)

Tabla 3

*Cantidad de horas / Maquina utilizados en el año 2016*

**1H/M=/S.60,00**

Activid/Mes	en	feb	mar	abr	may	jun	jul	agos	sep	oct	nov	dic	total
<b>Horas/alq</b>	0	0	0	50	80	120	150	200	250	280	240	30	1400
<b>Contr/atend</b>	0	0	0	20	30	48	75	90	120	130	130	12	655
<b>has</b>	0	0	0	17	27	40	48	67	87	94	80	10	470

Fuente. Unidad Desarrollo Económico de Municipalidad Distrital de Carumas

En el siguiente cuadro se aprecia los precios promedio de los fertilizantes con más demanda durante el año 2016 ya que un 91% de productores utilizan productos químicos y destinados para la producción de orégano. (DRA Moquegua)

Tabla 4

*Pecios promedio de fertilizantes año 2016*

FERTILIZANTES	AMBITO	PROMEDIO ANUAL ( S/.)
Cloruro de potasio	Prov. Mariscal Nieto	87,08
Abono compuesto 20-20-20	prov. Mariscal Nieto	89,67
Fosfato di amónico	Prov. Mariscal Nieto	90,80
Nitrato de amonio	prov. Mariscal Nieto	60,65
Sulfato de potasio	Prov. Mariscal Nieto	148,83
Urea	Prov. Mariscal Nieto	61,25
Nitrofoska	Prov. Mariscal Nieto	187,08

Fuente. Agencia agraria Carumas.

#### VOLUMEN DE EXPORTACION

En cuanto al nivel de exportaciones, el volumen de exportación se ha incrementado en los últimos quince años, es decir que el orégano peruano está tomando mayor importación en los mercados internacionales tanto en América del Sur como Europa. En el año 2014 se registró 6 096.13 toneladas que se exportaron del Perú siendo el punto más alto de los últimos quince años (DRA, 2016)

Sin embargo, la participación del año 2015 se un decremento a 5 586.47 toneladas de orégano en exportación, esta reducción fue aproximadamente de 500 toneladas, debido en mayor incidencia al fenómeno “El Niño”, sin embargo, históricamente muestra que está en el rango de crecimiento y confirma que en los últimos quince años la pendiente tiene tendencia positiva.

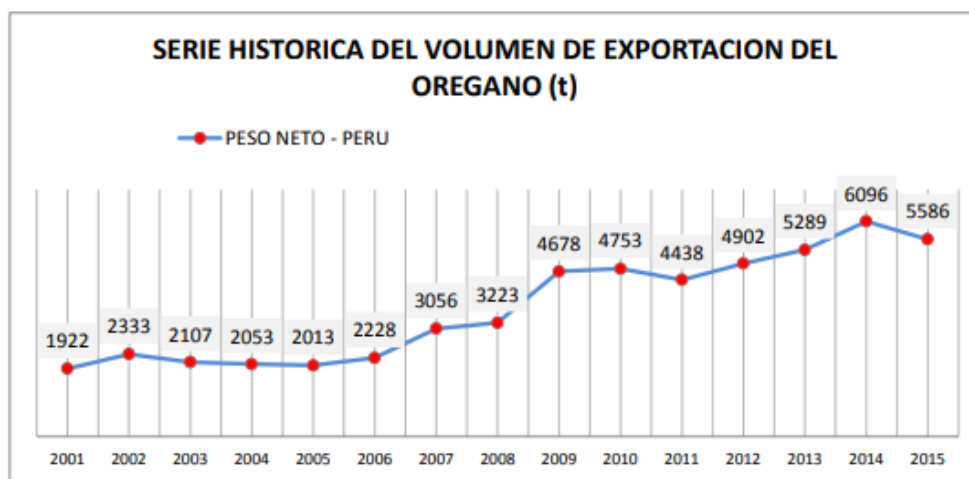


Figura 1. Serie histórica del volumen de exportación del orégano, 2014.

Los países que tienen mayor aceptación en sus mercados con el producto son Brasil con 45%, España 15%, Chile 11% y Argentina con 8% del total de exportaciones, hay que decir que los países de América del Sur causa mayor aceptación por la calidad del producto y mencionar que la participación en los países europeos también está presente sobre todo España (DRA, 2016)

Exportaciones de Orégano de Perú 2015		
País de Destino	Peso Neto (t)	Valor FOB
<b>total</b>	<b>5 586.47</b>	<b>10 199 062.18</b>
Brasil	2 531.82	3 761 331.36
España	808.06	1 821 287.96
Argentina	452.74	970 108.75
Chile	606.89	920 237.74
Otros	6 773.44	2726096.37

Fuente: Superintendencia Nacional de Adunas y Administración de Tributaria.

Figura 2. Exportaciones por país de destino, 2015

## 2.5 Definición de términos básicos

- **Acopio.**

Práctica medieval de comprar las ofertas de bienes antes de que lleguen al mercado local, con el fin de venderlos a precios superiores. Estos monopolios temporales y localizados se convirtieron en ilegales, y se hicieron impracticables cuando la mejora en las comunicaciones dio acceso a amplias fuentes de oferta.

- **Agentes de producción.**

Todos los individuos que de una u otra manera participan en el proceso de producción de bienes materiales.

- **Ahorro.**

Exceso de renta (presente) de las personas y sociedades sobre sus gastos (presentes); aquella parte de la renta que después de los impuestos no se consume (por las personas) o distribuye (por parte de las sociedades). En un período dado, el total del ahorro personal y de las sociedades, frecuentemente denominado ahorro “privado” o ahorro “del sector privado”, se encuentra disponible para satisfacer el gasto en el sector privado de activos reales de capital (formación de capital o inversión).

- **Áreas cultivadas.**

Son las áreas agrícolas destinadas para un cultivo específico.

- **Beneficio.**

En lenguaje cotidiano, un excedente de los ingresos sobre los desembolsos (gastos); en sentido más general, beneficioso significa rentable; en economía, se da al beneficio un significado más preciso.

- **Capacitación.**

Es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen.

- **Capital.**

Stock de recursos disponibles en un momento determinado para la satisfacción de las necesidades futuras.

- **Comercialización (Marketing).**

En términos generales, los procesos necesarios para mover los bienes, en el espacio y en el tiempo, del productor al consumidor. En economía, no existe una distinción tajante entre “producción” y “comercialización”; ambos procesos son productivos si hacen a los bienes y servicios más capaces de rendir satisfacciones o de satisfacer necesidades, cambiándolas de formas o haciéndolas más fácilmente disponibles.

- **Comercio al por mayor.**

Comprar a los productores y vender a los detallistas.



- **Comercio al por menor.**

Venta de bienes preparados para el consumo final o para el uso de los consumidores privados, normalmente en tiendas o almacenes, pero también en quioscos, paradas de mercados o la venta ambulante. Aquellos comercios que implican algo más que distribución, como los que prestan servicio.

- **Competencia.**

En economía, una forma de mercado, forma de una actividad o de un proceso social. La competencia se emplea en su sentido técnico para clasificar las condiciones de mercado según el grado de control sobre los precios que posean los productores o consumidores.

- **Consolidación.**

En general, la conversión de obligaciones a corto plazo en obligaciones a largo plazo más permanentes. Los ingresos de la venta de títulos a largo plazo se utilizan para pagar pasivos a término más corto. Las sociedades anónimas intentan realizar consolidaciones en épocas de prosperidad económica, cuando dominan los precios altos y los bajos rendimientos.

- **Coste de oportunidad.**

Sacrificio de las alternativas abandonadas al producir una mercancía o servicio. También es aquello a lo que debe renunciarse para obtener una cosa.

- **Expectativa.**

Aquella actitud hacia el futuro que influencia las decisiones en el presente. El consumo y la producción de mercancías requieren tiempo; los precios u las cantidades vendidas y compradas no sólo dependen de las preferencias existentes, sino también de las expectativas de los precios futuros.

- **Factor de producción.**

Fuente de recursos escasos que contribuye en el valor del producto; es decir, los factores de servicios cuya demanda excedería a la oferta si su precio fuera nulo.

- **Fijación de precios.**

Término utilizado para dar a entender la fijación de precios deliberada, en contraste con la situación idealizada de la competencia perfecta en la que el precio es el resultado automático de un proceso impersonal.

- **Inversión.**

Aumento de la cantidad física del capital. Comprende la construcción de viviendas, la fabricación de maquinaria, la construcción de fábricas y de oficinas y los aumentos de las existencias de bienes de las empresas.

- **Maquinaria.**

Conjunto de máquinas de la empresa utilizadas en la producción.

- **Materias primas.**

Las materias primas son los componentes fundamentales de otros productos manufacturados, tanto para productos industriales y domésticos como para alimentos.

- **Mercado.**

En su sentido económico general, un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para que las transacciones entre cualquier par de ellos afecten las condiciones de compra o venta de los demás.

- **Mano de obra directa.**

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

- **Precio.**

Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio; en otras palabras, el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios.

- **Producción.**

Cualquier actividad que sirva para satisfacer necesidades humanas. En su sentido más amplio, la producción incluye los esfuerzos de todos los servicios y ocupaciones profesionales.

- **Productividad.**

Producto de una unidad de un factor de producción en un periodo determinado.

- **Producto.**

Comprende todos los bienes y servicios resultantes de la actividad económica de un individuo, empresa, industria o nación. De acuerdo con la práctica estadística, se miden en los puntos de aparición del proceso productivo.

- **Rendimiento.**

Es la relación porcentual entre su renta y su precio corriente de mercado.

- **Tierra.**

En economía, un factor de producción individual que se diferencia del trabajo por su carácter no humano, y del capital porque ningún incremento en el precio significa un aumento en su oferta global.

- **Trabajo.**

En su sentido más amplio, un factor básico de la producción, empleado en combinación con el capital y la tierra para producir mercancías y rendir servicios; en un sentido más específico, el número de personas que trabajan, o disponibles para trabajar, o la cantidad de trabajo realizado.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Tipo de investigación**

La investigación es de tipo básica, ya que tiene como objetivo la obtención y recopilación de información de las variables, relacionándolas y así construir una base de conocimiento que se va agregando a las teorías ya existentes.

#### **3.2 Nivel de investigación**

El nivel de investigación es descriptivo-relacional, ya que se describirán cada una de las variables de estudio y así identificar su relación.

#### **3.3 Diseño de investigación**

Se trata de una investigación de diseño no experimental de corte transversal.

#### **3.4 Población y muestra de estudio**

La población total de agricultores del distrito de Carumas asciende a 150. Se está aplicando en muestreo por conveniencia para lo cual se está seleccionando a 70 agricultores, que vendrían a ser los que representan la mayor cantidad de nivel de ventas.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de investigación**

- **TÉCNICAS**

Para la presente investigación se utiliza es la entrevista que se aplica a los agricultores de Carumas, Moquegua.

- **INSTRUMENTOS**

El instrumento que se aplicará de trata de una Ficha de Información producto de la entrevista, en donde el agricultor detallará información cuantitativa sobre las variables.

### **3.6 Procesamiento y análisis de información**

Para procesar las fichas de información se utilizará hojas de cálculo de Excel y para analizar los datos y comprobar las hipótesis se utiliza el programa SPSS y la regresión lineal.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

#### 4.1 Resultados

##### 4.1.1 Factores de Producción con y nivel de Comercialización

Luego de procesar las fichas de información de cada agricultor se ha elaborado el siguiente cuadro resumen:

Tabla 5

*Inversión y ventas de orégano en el distrito de Carumas*

Nº DE FICHAS	TIERRA	TRABAJO	CAPITAL	NIVEL DE VENTAS
1	750	1980	1950	10800
2	415	1300	1400	9000
3	960	1500	1620	11700
4	510	968	1520	6400
5	310	1000	880	5400
6	700	2000	1040	9000
7	1080	1775	1260	11700
8	570	1600	680	6500
9	760	1500	940	7200
10	2754	3500	1350	13500
11	300	500	920	3800
12	1570	3500	2480	18000
13	670	2000	1700	8800
14	560	1500	2200	7000
15	610	1200	1730	7500
16	1136	2580	1860	15000
17	1030	1800	1440	13500
18	1370	2000	1740	14000
19	885	2700	2000	16500
20	760	1800	1740	9000
21	925	2000	1300	7500
22	670	1100	950	5000
23	400	1080	920	3600
24	650	1800	1570	8500
25	655	2650	2040	13500
26	670	1500	1240	7000

27	650	1500	2240	9500
28	400	1600	1620	7800
29	800	1800	1655	9000
30	300	800	920	3300
31	475	1000	1160	4000
32	710	1990	2740	13500
33	650	1000	1540	6000
34	440	800	960	3600
35	820	1600	1640	8400
36	490	1000	845	4300
37	510	1000	1200	5000
38	600	1590	1240	7200
39	540	700	1060	5400
40	450	1100	1030	6500
41	665	2070	1530	10000
42	1000	2600	1780	12000
43	310	700	950	3000
44	630	1000	1430	5800
45	600	1000	1500	6000
46	540	1590	1380	8000
47	520	1640	1700	8800
48	410	1370	1130	7000
49	540	700	1000	4800
50	560	1000	1040	5500
51	760	2600	2240	14000
52	790	1500	1740	7900
53	525	1300	1000	5000
54	600	1000	1000	3800
55	470	2000	1700	8000
56	470	1500	1000	5100
57	400	1300	1320	7200
58	300	1000	920	4000
59	420	1200	1180	5500
60	310	1000	800	3400
61	450	1400	1100	5800
62	410	1000	940	4200
63	440	1200	1130	5800
64	610	900	880	3500
65	400	1000	920	4000
66	540	1200	1040	5000
67	560	1300	1500	7500
68	550	2450	3240	20000
69	650	2900	2740	17000
70	550	2550	2240	16500

Fuente: Elaboración propia (Fichas de información)



Se han calculado los promedios por cada factor de producción:

- El promedio de inversión en el factor de producción de tierra es de 649 soles.
- El promedio de inversión del factor de producción trabajo es de 1,547 soles.
- El promedio de inversión del factor de producción de capital es de 1,434 soles.
- El promedio de nivel de ventas es de 8,100 soles.

Es importante mencionar que estos datos han sido obtenidos por información directa que proporcionó cada agricultor, el cuadro anterior servirá para comprobar cada una de las hipótesis de trabajo.

#### **4.1.2 Información Complementaria**

Complementario a lo anterior, se aplicó una encuesta referencial, obteniendo los siguientes resultados:

Interpretación: el agricultor manifiesta que en su mayoría de casos nunca le brindan capacitación sobre el acceso a financiamiento para su producción.

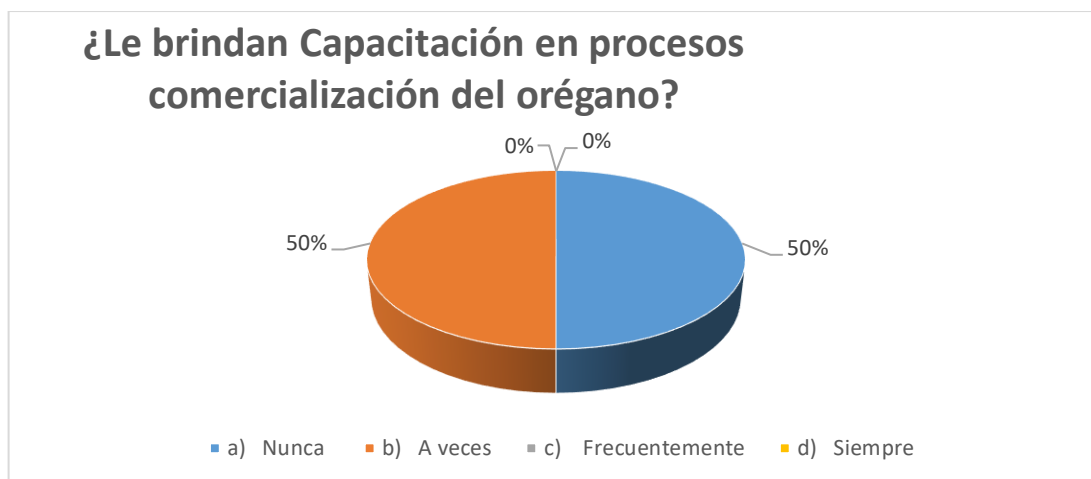


Figura 3. ¿Le brindan capacitación en procesos comercialización del orégano?

Fuente: Elaboración propia (Encuesta 2017)

Interpretación: Se observa que el 50% de agricultores reciben capacitación y un 50% no reciben capacitación para la comercialización de orégano generalmente.

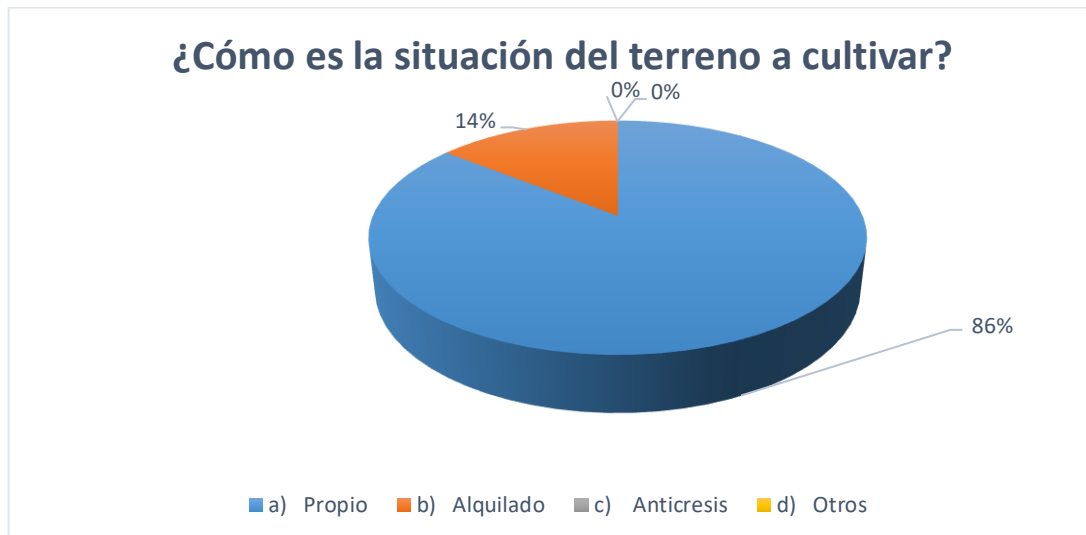


Figura 4. ¿Cómo es la situación del terreno a cultivar?

Fuente: Elaboración propia (Encuesta 2017)

Interpretación: De acuerdo a la información obtenida el 86% de agricultores son dueños de los terrenos que cultiva y 14% es alquilado.

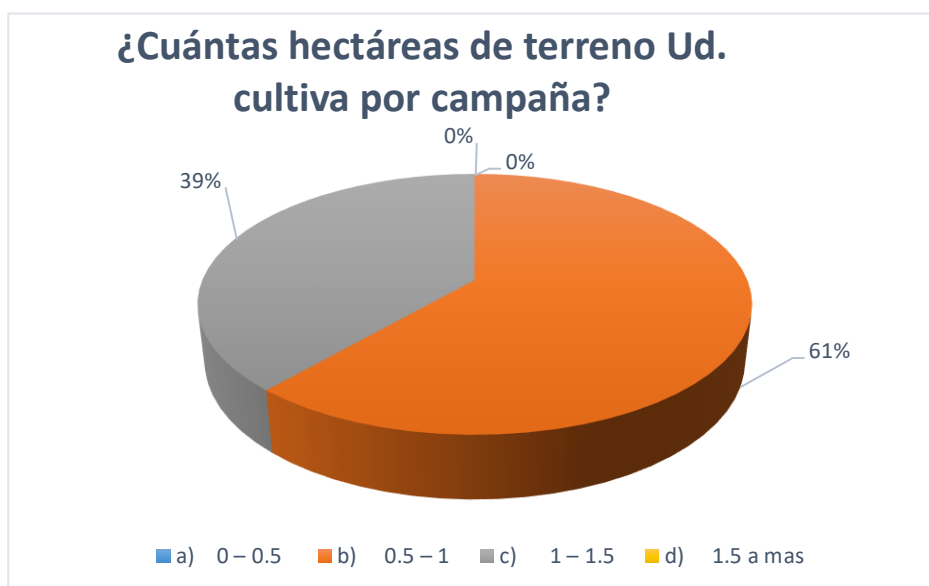


Figura 5. ¿Cuántas hectáreas de terreno Ud. cultiva por campaña?

Fuente: Encuesta 2017

Elaboración propia.

Interpretación: Detallando la fuente de información el 61% cuenta con un área cultivable de 0.5ha -1ha y un 39% posee 1ha – 1.5ha terreno por campaña.

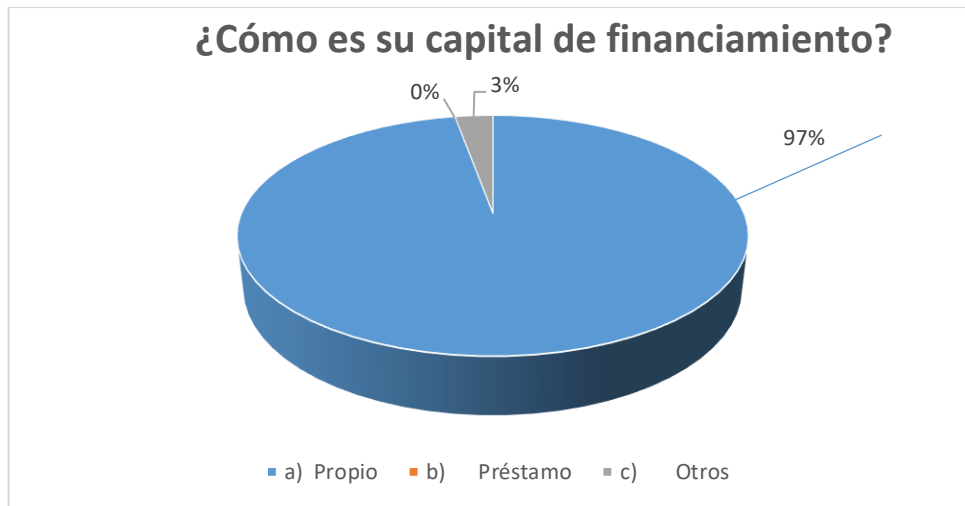


Figura 6. ¿Cómo es su capital de financiamiento?

Fuente: Encuesta 2017

Elaboración propia

Interpretación: Se muestra que el 97% tiene un capital propio de financiamiento y un 3% tiene otras fuentes de financiamiento.

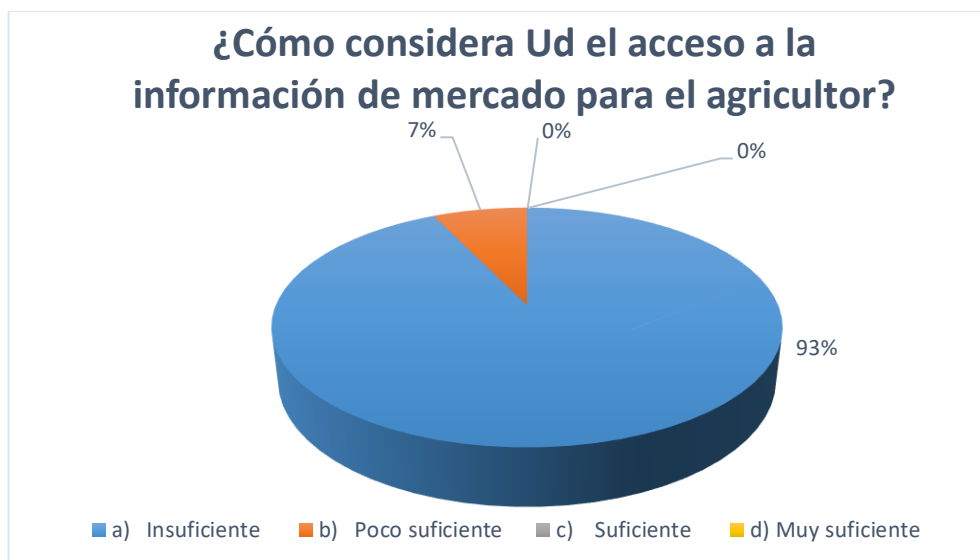


Figura 7. ¿Cómo considera Ud. el acceso a la información de mercado para el agricultor?

Fuente: Encuesta 2017

Elaboración propia

Interpretación: Las respuestas obtenidas muestran que un 93% no tiene acceso suficiente de información del mercado de orégano frente a un 7% que considera poco suficiente.

## 4.2 Comprobación de hipótesis

### 4.2.1 Hipótesis General

**H<sub>0</sub>:** La tierra, el trabajo y el capital son factores de producción que no influyen directamente en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.

**H<sub>1</sub>:** La tierra, el trabajo y el capital son factores de producción que influyen directamente en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.

Para comprobar esta hipótesis general estamos trabajando con el R Cuadrado y con la Regresión Lineal.

Tabla 6

*Resumen del modelo.*

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,941 <sup>a</sup>	,885	,879	1404,49860
a. Predictores: (Constante), Capital, Tierra, Trabajo				

Fuente: Ficha de información 2017

Elaboración propia

El R-cuadrado es de 0.885, lo cual significa que las variables impeditivas (tierra, trabajo y capital) explican el nivel de ventas en un 88.50%.

Tabla 7

*Anova.*

ANOVA <sup>a</sup>						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	998367322,802	3	332789107,601	168,704	,000 <sup>b</sup>
	Residuo	130192677,198	66	1972616,321		
	Total	1128560000,000	69			
a. Variable dependiente: Ventas						
b. Predictores: (Constante), Capital, Tierra, Trabajo						

Fuente: Ficha de información 2017

Elaboración propia

Al ser el nivel de significancia menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, comprobamos que la tierra, el trabajo y el capital son factores de producción que influyen directamente en el nivel de comercialización del orégano.

Tabla 8

*Coefficientes*

Coefficientes <sup>a</sup>						
Modelo		Coefficientes no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	-2456,438	526,159		-4,669	,000
	Tierra	,804	,706	,070	1,139	,259
	Trabajo	3,264	,500	,528	6,527	,000
	Capital	3,476	,475	,450	7,323	,000
a. Variable dependiente: Ventas						

Fuente: Ficha de información 2017.

Elaboración propia

Ahora, midiendo el nivel de significancia por cada variable independiente, tierra sería el factor que no es representativo para nuestro modelo, o, en otras palabras, es el que menos influencia (a priori) tiene para el nivel de ventas (un r de Pearson de 0.567, en comparación con las demás variables).

Tabla 9

*Correlaciones*

Correlaciones			
		Tierra	Ventas
Tierra	Correlación de Pearson	1	,567**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Ventas	Correlación de Pearson	,567**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Ficha de información 2017.

Elaboración propia

Tabla 10

*Coefficientes*

Correlaciones			
		Ventas	Trabajo
Ventas	Correlación de Pearson	1	,887**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Trabajo	Correlación de Pearson	,887**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Ficha de información 2017.

Elaboración propia



Tabla 11

*Correlaciones*

Correlaciones			
		Ventas	Capital
Ventas	Correlación de Pearson	1	,836**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Capital	Correlación de Pearson	,836**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

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

Fuente: Ficha de información 2017.

Elaboración propia

#### 4.2.2 Hipótesis Especificas

##### Primera Hipótesis Específica

**H<sub>0</sub>:** El factor tierra no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

**H<sub>1</sub>:** El factor tierra influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

Para comprobar esta hipótesis estamos usando la regresión lineal simple:

Tabla 12

Anova

ANOVA <sup>a</sup>						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regressio n	362474559,170	1	362474559,170	32,174	,000 <sup>b</sup>
	Residuo	766085440,830	68	11265962,365		
	Total	1128560000,000	69			
a. Variable dependiente: Ventas						
b. Predictores: (Constante), Tierra						

Fuente: Ficha de información 2017

Elaboración propia

Siendo el nivel de significancia menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, por tanto, se comprueba que el factor tierra influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

### **Segunda Hipótesis Específica**

**H<sub>0</sub>:** El factor trabajo no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

**H<sub>1</sub>:** El factor trabajo influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

Para comprobar esta hipótesis estamos usando la regresión lineal simple:

Tabla 13

Anova

ANOVA <sup>a</sup>						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	888520803,866	1	888520803,866	251,706	,000 <sup>b</sup>
	Residuo	240039196,134	68	3529988,178		
	Total	1128560000,000	69			
a. Variable dependiente: Ventas						
b. Predictores: (Constante), Trabajo						

Fuente: Ficha de información 2017

Elaboración propia

Siendo el nivel de significancia menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, por tanto, se comprueba que el factor trabajo influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

### **Tercera Hipótesis Específica**

**H<sub>0</sub>:** El factor capital no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

**H<sub>1</sub>:** El factor capital influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.

Para comprobar esta hipótesis estamos usando la regresión lineal simple:

Tabla 14

*Anova*

ANOVA <sup>a</sup>						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	788779875,032	1	788779875,032	157,858	,000 <sup>b</sup>
	Residuo	339780124,968	68	4996766,544		
	Total	1128560000,000	69			
a. Variable dependiente: Ventas						
b. Predictores: (Constante), Capital						

Fuente: Ficha de información 2017

Elaboración propia

Siendo el nivel de significancia menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, por tanto, SE COMPRUEBA QUE EL FACTOR CAPITAL INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN EL NIVEL DE COMERCIALIZACIÓN DEL ORÉGANO PRODUCIDO EN EL DISTRITO DE CARUMAS, REGIÓN MOQUEGUA.

#### **Cuarta Hipótesis Específica**

**H<sub>0</sub>:** El nivel de comercialización de los productores de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua, es de nivel bajo.

**H<sub>1</sub>:** El nivel de comercialización de los productores de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua, es de nivel intermedio.

Para comprobar esta hipótesis nos basamos en el promedio de venta, puesto en chacra de los productores medianos de Carumas, que puede estar entre 16,200 y 20,000 soles de venta total por campaña.

Tabla 15

*Estadísticos descriptivos*

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Ventas	70	3000,00	20000,00	8100,0000	4044,24802
N válido (por lista)	70				

Fuente: Ficha de información 2017.

Elaboración propia

Siendo el promedio de venta de 8,100 soles, representa aproximadamente el 0.50 por ciento; por tanto, descriptivamente se comprueba que estos 70 agricultores del distrito de Carumas se encuentran en un NIVEL INTERMEDIO DE NIVEL DE COMERCIALIZACIÓN; aceptando la hipótesis alternativa.

## CONCLUSIONES

- Los factores de producción tierra, trabajo y capital influyen significativamente en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua; tomando en cuenta que de los tres factores, tierra tiene la menor representatividad; esto se puede explicar por el hecho de que algunos pobladores del distrito de Carumas arriendan las tierras para que otros lo cultiven, por tanto, no es significativo si es propio o alquilado; en estos casos, probablemente habría una variante en los índices de rentabilidad.
- El factor tierra influye en una menor proporción en el nivel de comercialización, explicado por el nivel de inversión que hacen los agricultores, el cual es mínimo (menor que los otros factores), debido a que por las condiciones ventajosas de la tierra y el clima propio de Carumas resulta más funcional y menos costos a la vez.
- El factor trabajo se ve representado por la contratación de mano de obra directa por campaña, así como las capacitaciones que reciben los jornaleros; generalmente la mano de obra es un costo variable y en cuanto a las inversiones por capacitaciones, se entienden que son dadas directamente por los dueños.
- El factor capital se ve representando principalmente por la inversión en maquinarias y compra de materias primas, lo que constituye en sí el capital de trabajo; que en la gran mayoría de casos es asumido por el propio agricultor,

puesto que estos no tienen accesos a fuentes de financiamiento o han considerado costos de financiamiento muy altos, por lo que deciden que sea inversión propia y no de terceros.

- El nivel de ventas de los productos de orégano de Carumas es de nivel intermedio; es ya conocido que el vendedor mayor de Perú es Tacna. Su poder de negociación en el precio es muy limitado, ya que, al venderles a un intermediario directa, se rigen por los precios de mercado, siendo esta una situación desventajosa para el agricultor.

## RECOMENDACIONES

- Debido al bajo nivel de los factores trabajo y capital es importante que los productores del distrito de Carumas prioricen y lo pongan mayor interés en mejorar cada uno de estos factores, con la ayuda de expertos en el rubro y cambien su método tradicional a una opción con tecnología que permita incrementar sus ganancias.
- Incrementar su área de producción mayor al 50% de hectáreas cultivables para aprovechar las ventajas del factor tierra y fortalecer los factores capital y mano de obra.
- Gestionar proyectos de orégano (campanas de capacitación, fortalecimiento de cadena productiva pasantías ,etc.) en entidades públicas y privadas para mejorar rendimientos de calidad capacitación a los productores debe ser constante y ser apoyados por instituciones como es la municipalidad distrital, Carumas agencia agraria Carumas.
- Promover programas de créditos asistidos para facilitar el financiamiento de (crédito, asistencia técnica, insumos agrícolas, etc.)
- Incentivar la formalización y el fortalecimiento de organizaciones de productores de orégano en asociaciones, comités o pymes, con la finalidad de participar en procompites del gobierno local y regional para insertar planes de negocio y puedan contactarse con empresas o intermediarios formales que les ofrezcan un precio refugio para su producto.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Astudillo, M. (2012). *Fundamentos de Economía*. México: Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.
- Chura, A. (2013). *"Factores restrictivos que afectan la oferta exportable de orégano procedente del distrito de Ilabaya"* . Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- DGPA. (2015). *Anuario de Producción Agrícola*. Lima: MINAG.
- DRA. (2016). *Producción y exportación del orégano de la región Tacna*. Tacna.
- Dornbusch, Rudiger. Fischer, Stanley. Startz, Richard. (2004). *MACROECONOMÍA*. Madrid, España. Editorial McGRAW-HILL/LATINOAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U.
- EOL. (20 de marzo de 2004). *Enciclopedia de la Vida*. Obtenido de <http://eol.org/pages/579367/details>
- León Carrasco, José Carlos. (19 de Mayo del 2017). Exportaciones peruanas de orégano crecieron en valor 56% en el primer cuatrimestre del 2017. AGENCIA AGRARIA DE NOTICIAS. Recuperado de <http://agraria.pe/noticias/exportaciones-peruanas-de-oregano-crecieron-en-valor-13883>

- Mankiw, N. Gregory. (2004). PRINCIPIOS DE ECONOMÍA. Madrid, España. Editorial McGRAW-HILL/LATINOAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U.
- Paria, A. (2012). *Análisis económico del cultivo del orégano en la Comunidad Campesina de Borogueña, distrito de Ilabaya, Provincia de Jorge Basadre Región Tacna*. Tacna: Universidad Jorge Basadre Grohmann .
- Redacción Perú21. (02 de Febrero del 2013). Orégano, una planta con gran potencial. DIARIO PERÚ21. Recuperado de <https://peru21.pe/emprendedores/oregano-planta-gran-potencial-90037>
- Redacción LR. (13 de Enero del 2014). Producción del orégano en la Región Moquegua aumento 19.7% en 2013. DIARIO LA REPÚBLICA. Recuperado de <http://larepublica.pe/14-01-2014/produccion-del-oregano-en-la-region-moquegua-aumento-197-en-2013>
- Seldon, Arthur. Pennance, F. G. (1975). DICCIONARIO DE ECONOMÍA. Barcelona, España. Oikos-tau, s. a. – ediciones
- Smith, A. (2011). *La Riqueza de las Naciones*. Alianza.
- Staton, E. W. (1996). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hill.
- Tellería, L. (2014). *"Factores que condicionan prioritariamente la producción de orégano en el distrito de Candarave durante el año 2013"*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Ticona, J. (2014). *"Análisis de los factores que determinan la superficie cultivada del orégano en la zona andina del distrito de Ilabaya, provincia Jorge Basadre"*

*Grohomann - Región Tacna*". Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohomann.

Villalobos, K. (2016). "*Caracterización molecular de los principales ecotipos de orégano en la región Tacna*". Tacna: Universidad Agraria de la Molina.

# **ANEXOS**

## 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

### LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL ORÉGANO EN EL DISTRITO DE CARUMAS – REGIÓN MOQUEGUA EN EL PERIODO 2017

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿La tierra, trabajo y capital son los factores de producción que influyen en la comercialización del orégano en el distrito de carumas, región Moquegua en el periodo 2017?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿El factor tierra influye directamente en la comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la influencia de los factores productivos tierra, trabajo y capital en el nivel de la comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar la influencia del factor tierra en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</li> </ul>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> La tierra, el trabajo y el capital son factores de producción que no influyen directamente en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.</p> <p><b>H<sub>1</sub>:</b> La tierra, el trabajo y el capital son factores de producción que influyen directamente en el nivel de comercialización del orégano en el distrito de Carumas, región Moquegua en el periodo 2017.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p><b><u>Primera Hipótesis</u></b></p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p><b>X:</b></p> <p>Factores de Producción</p> <p><b>Variable Dependiente</b></p> <p><b>Y:</b></p> <p>Comercialización del orégano.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿E factor trabajo influye directamente en la comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua?</li> <li>• ¿El factor capital influye directamente en la comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua?</li> <li>• ¿Cuál es nivel de comercialización de los productores de aregano del distrito de carumas región Moquegua?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la influencia del factor capital en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</li> <li>• Identificar la influencia del factor trabajo en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua</li> <li>• Identificar el nivel de comercialización de los productores de oregano del distrito de carumas región moquegua</li> </ul>	<p>H<sub>0</sub>: El factor tierra no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</p> <p>H<sub>1</sub>: El factor tierra influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</p> <p><b><u>Segunda Hipótesis</u></b></p> <p>H<sub>0</sub>: El factor trabajo no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</p> <p>H<sub>1</sub>: El factor trabajo influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</p> <p><b><u>Tercera Hipótesis</u></b></p> <p>H<sub>0</sub>: El factor capital no influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</p> <p>H<sub>1</sub>: El factor capital influye significativamente en el nivel de comercialización del orégano producido en el distrito de Carumas, región Moquegua.</p>	
--	---	--	--

		<p><b><u>Cuarta Hipótesis</u></b></p> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> El nivel de comercialización de los productores de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua, es de nivel bajo.</p> <p><b>H<sub>1</sub>:</b> El nivel de comercialización de los productores de los productores de orégano del distrito de Carumas, región Moquegua, es de nivel intermedio.</p>	
--	--	---	--

**Fuente:** Elaboración propia

**2. PADRON DE PRODUCTORES DE OREGANO DEL DISTRITO DE  
CARUMAS AÑO 2016**



<b>N°</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>ANEXO</b>	<b>DNI</b>
1	CENTENO CATARE, EDELINA YSABEL	CAMBRUNE	01777604
2	HUACAN CORI, PORFIDIO SIXTO	CAMBRUNE	04418885
3	FLORES CENTENO, VILMA ORLINDA	CAMBRUNE	04418885
4	HERRERA DE CENTENO, SEGUNDA	CAMBRUNE	04418885
5	HUMIRE VILCA, ADRIAN VALERIANO	CAMBRUNE	04418885
6	MAMANI FLORES, HONORATO MANUEL	CAMBRUNE	04418541
7	CENTENO CATARI, WALTER JONSON	CAMBRUNE	42047007
8	NINA CORE, HERMENEGILDO	CAMBRUNE	04418541
9	ACERO MAMANI, HIPOLITO CAS/MIRO	CAMBRUNE	04745832
10	MAMANI CUAYLA, ALBENIA ARCENIA	CAMBRUNE	04418541
11	CORDOVA CARPIO, PABLO BERNARDO	CAMBRUNE	44192614
12	FALCON FALCON, ROBBINS HERBERT	CAMBRUNE	04418541
13	CORDOVA COLANA, NIELS MIJAIL	CAMBRUNE	80284222
14	ACERO MAMANI, HIPOLITO CAS/MIRO	CAMBRUNE	04418541
15	CORDOVA CUAYLA, MARCOS JESUS	CAMBRUNE	44192614
16	FERNANDEZ GUTIERREZ, NOLBERLO JULIAN	CAMBRUNE	04418541
17	CENTENO DE CORDOVA, MARIA SALOME	CAMBRUNE	44192614
18	MAMANI HERRERA, NADA ZARA	CARUMAS	42009517
19	NINA CHOQUE, GELBER SALOMÓN	CARUMAS	04414143
20	CORDOVA CAYO, JUANA DELFINA	CARUMAS	80115714
21	MAQUERA RAMIREZ, RONALD ELIAS	CARUMAS	04745832
22	NINA CORDOVA, MAUDY VERONICA	CARUMAS	44188862
23	NINA CORE, PEDRO FLORENCIO	CARUMAS	04402086
25	MAQUERA VILCA, LAURIA MARÍA	CARUMAS	04436748

26	MAQUERA VILCA, LAURIA MARÍA	CARUMAS	044188862
27	MEDINA CORDOVA, VALVINA TEODORA	CARUMAS	04418504
28	HUACAN NINA, ROSA	CARUMAS	044480993
29	HUARACHI LOPEZ, CATALINA	CARUMAS	04437127
30	HERRERA PEÑALOZA, SIMEON FREDY	CARUMAS	40403506
31	GUTIERREZ CHIPANA REZ, SANTIAGO	CARUMAS	42047007
32	FLORES CENTENO, NILDA MARLENE	CARUMAS	40909490
33	FLORES CHOQUE, ADA JULIANA	CARUMAS	42344268
34	CORDOVA ALVARADO CARLOS ALBERTO	CARUMAS	07481317
35	FERNANDEZ QUISPE SERGIO ENRIQUE	CARUMAS	10226979
36	MAMANI VILCA JAVIER LUIS	CARUMAS	25791117
37	VIZCARRA ENAO JOSEPH FIAT	CARUMAS	08170176
38	CENTENO CORDOVA CARLA PAOLA	CARUMAS	40926048
40	HERRERA GARABITO JOSE EMILIANO	CARUMAS	40022472
41	RAMOS MARCA JUAN ALBERTO	CARUMAS	07611442
42	HERRERA FLORES LUIS ERNESTO	CARUMAS	10284558
43	RIOS COAYLA HEINZ ALEXANDER	CARUMAS	44042866
44	FLORES CANO MANDUJANO RUTH MARIA	CARUMAS	09398605
45	MAMANI CENTENO GABY MILAGROS	CARUMAS	10454383
46	HERRERA CATARI GILBERT ALEJANDRO	CARUMAS	41841917
47	ALIZAYA PACHECO JUAN FRANCISCO	SOMOA	41300903
48	ZEBALLOS CHAVEZ EVA ROXANA	SOMOA	10805518
49	QUINTANILLA CHAVEZ LUIS ERNESTO	SOMOA	40975017
50	CORDOVA CORDOVA JULIO CESAR	SOMOA	42199746
51	CORI GUTIERREZ DAVID ALFONSO	SOMOA	42624788

52	TORRES CONDORI PAUL JOSEPH	SOMOA	8176678
53	CORDOVA CORDOVA BLANCA ALICIA	SOMOA	40281181
55	CATACORA CHAVEZ GLADYS ELIZABETH	SOMOA	43276927
56	CHOQUE HERRERA GIANCARLO	SOMOA	25759489
57	MAMANI CORDOVA WILLIAM GIOVANNI	SOMOA	42009159
58	FALCON NINA MIGUEL ANGEL	SOMOA	43313315
59	CUAYLA ESCOBAR MELISSA DENISS	SOMOA	9840889
60	CATARI ESCOBAR LIZETH FIORELLA	SOMOA	10635271
61	FLORES GIL ELISEO	SOMOA	40215198
62	VALENCIA PACHECO WILFREDO VICTOR	SOMOA	9537473
63	CENTENO MAMANI MAGALY SUSAN	SOMOA	42237280
64	FALCON HERRERA ALDO AMERICO	SOMOA	41718104
65	SALAS CATARI ERICK VLADIMIR	SOMOA	9991479
66	VIZCARRA HUACAN CYNTHIA ELIZABETH	SOMOA	7295225
67	CATARI RAMIREZ MIGUEL ANGEL	SOMOA	42664311
68	CORI CUAYLA MIGUEL RODRIGO	SOMOA	40301764
69	MANZANO COLANA JORGE LEONEL	SOMOA	8148753
70	QUISPE CATARI MISCHER GARY	SOMOA	5644214
71	CUAYLA HUACAN CARMEN ELIZABETH	SOMOA	9630346
72	VILCA NINA JULIAN ADAN	SOMOA	25489227
73	JORGE RAMOS CLAUDIA SUSANA	SOMOA	23690499
74	VIZCARRA ZAPATA PEDRO PABLO	SOMOA	8664751
75	NINA CONDORI ROBERT ROLANDO	SOMOA	40170225
76	ACERO CORDOVA MANUEL ENRIQUE	SOMOA	6668543
76	ENAO ASCONA ELI	SOMOA	6154572

77	GONZALES RAMIREZ MARIA ISABEL	SOMOA	9993384
78	CENTENO CUAYLA EDUARDO ALFREDO	SAYLAPA	9892939
79	HERRERA CENTENO JOSE MANUEL	SAYLAPA	7496720
80	FLORES CENTENO MIGUEL ANGEL	SAYLAPA	42563487
81	MAMANI AGUILAR JOSE ANTONIO	SAYLAPA	10226926
82	VILCA ENAO ANA MARIA	SAYLAPA	10612128
83	ENAO JOERGE FERNANDEZ ROXANA CARMEN	SAYLAPA	10811713
84	VELLANO LAQUI VICTOR ANTONIO	SAYLAPA	7873762
85	QUISPE MENDOZA VERONICA LIZ	SAYLAPA	40687813
86	FLORES MAMANI PAUL MARTIN	SAYLAPA	43560303
87	PUMA CONTRERAS JORGE EDUARDO	SAYLAPA	40376759
88	QUISPE SALAS CARLOS ERIC OCTAVIO	SAYLAPA	8089140
89	HUMIRE MAMANI MARCIAL FREDY	SAYLAPA	41912456
90	MAQUERA NINA VIRGINIA PATRICIA	SAYLAPA	40324127
91	CERVANTES ORTIZ MIGUEL	SAYLAPA	9405392
92	CATARI NINA RAFAEL DANTE	SAYLAPA	10177146
93	CORDOVA MAMANI JUAN CARLOS	SAYLAPA	4068858
94	FALCON ESCOBAR NEIL JULIAN	SOLAJO	7856753
95	FALCON VIZCARRA ROBERT WILLIE	SOLAJO	42512124
96	QUISPE VILCA GLADYS HILDA	SOLAJO	40407995
97	CATARI LOPEZ ANDREA	SOLAJO	40967360
98	FALCON CATARI ISRAEL HUGO	SOLAJO	9189466
99	CUAYAL CUAYLA RICARDO	SOLAJO	40866382
100	VIZCARRA CUAYLA JAMES EDGAR	SOLAJO	10637969

101	VILCA COLANA EDDINSON HENRLY	SOLAJO	42261172
102	NINA CATARI JANET ELVIRA	SOLAJO	41098333
103	NINA CORE, PEDRO FLORENCIO	SOLAJO	04417071
104	PANTALEON HUACAN	SOLAJO	4418813
105	HUACAN NINA JHONATAN	SOLAJO	44480993
106	HUACHO MARCA PABLO	SOLAJO	77205969
107	HUMIRE MAMANI DINA	SOLAJO	4445002
108	HUMIRE THOBALA PETRONA	SOLAJO	4412345
109	HUMIRE VILCA ADRIAN	SOLAJO	4418834
110	MAMANI CORDOVA JUDY	SOLAJO	41359023
111	MAMANI CUAYLA ALICIA	SOLAJO	4416386
112	MAMANI FLORES HONORATO	SOLAJO	4419178
113	MEDINA FLORES ALBENIA	SOLAJO	80193035
114	MAQUERA RAMIRES NADER	SOLAJO	43544975
115	CENTENO FALCON , JHON FACUNDO	SOLAJO	44900329
116	CORDOVA CENTENO, PRETEL GODOFREDO	SOLAJO	04437776
117	FELLCIANO MAMANI, YANETH	SOLAJO	044582630
118	VIZCARRA FLORES LOURDES	SOLAJO	044522531
119	VIZACARRA VELLANO MARTHA	SOLAJO	43990518
120	VILCA SALAS EDWIN	SOLAJO	42009616
121	MAMANI VELLANO LUCIO	SOLAJO	44848602
122	CORI VILCA YOISI ANTONIETA	SOLAJO	44367708
123	CORI CORDOVA ALFONZO	SOLAJO	444399678
124	CORDOVA NINA SACARIAS	SOLAJO	43009518
126	RIOS CORDOVA BENILDE	SOLAJO	04428517

127	CATARE NINA WILFREDO	CARUMAS	04412619
128	CATARE CENTENO ALFREDO	CARUMAS	04427397
129	CENTENO ENAO ANDRES	CARUMAS	04499786
130	HERRERA CORDOVA SEGUNDA	CARUMAS	42009519
131	NINA MAQUERA MAGNOLIA	CAMBRUNE	48002939
132	CATERE HUMIRE GLADIZ	CAMBRUNE	45084181
133	CORI CORDOVA HERMOGENEZ	CAMBRUNE	23293344
134	CATARI ESCOBAR PLACIDO	CAMBRUNE	04427319
135	CORDOVA CUAYLA MARIA	CAMBRUNE	04428832
136	FALCON CORDOVA RUBEN	CAMBRUNE	04402148
137	FALCON VIZCARRA VICTOR	CAMBRUNE	04383283
138	FALCON HUMIRE ALICIA	CAMBRUNE	04428291
139	CATARI CORDOVA SILVERIO	CAMBRUNE	42002789
140	CATARI LUNA ANGEL	CAMBRUNE	42009847
141	MAMANI CENTENO REYNALDO	CAMBRUNE	45003729
142	MAMANI NINA REYNALDO	CAMBRUNE	43088892
143	NINA CUAYLA VLADIMIR	CAMBRUNE	04412321
144	VILCA NINA CESARIO	CAMBRUNE	04412882
145	CALLATA VILCA SERVELION	CAMBRUNE	0448899
146	VELLANO VILCA ELYSALDE	CAMBRUNE	04418993
147	CORDOVA CUAYLA OLIVIA	CAMBRUNE	04489478
148	CORDOVA FALCON SANDRA	CAMBRUNE	04456882
149	CENTENO FALCON CRESIA	CAMBRUNE	42998475
150	FALCON CATARI DALIA	CAMBRUNE	04222489

Fuente: elaboración propia

### 3. CONSTANCIA DE INFORMACION DE PRODUCTORES

TIERRA		TRABAJO		CAPITAL		VENTAS
	<b>COSTO TOTAL</b>		<b>COSTO TOTAL</b>		<b>COSTO TOTAL</b>	
VALOR POR HA.		MANO DE OBRA		FINANCIAMIENTO		
INFRAESTRUCTURA		CAPACITACION		MAQUINARIA		
HA. CULTIVADAS				MATERIA PRIMA		
ALMACEN						

**CONSTANCIA DE FICHA DE INFORMACIÓN N.º...**

Yo, \_\_\_\_\_

identificado (a) con DNI \_\_\_\_\_,

he sido encuestado (a) para la investigación denominada: **“ LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OREGANO EN EL DISTRITO DE CARUMAS REGION MOQUEGUA PERIODO 2017”** Para lo cual doy veracidad en las respuestas.

Investigación ejecutada por la Bach. Betsabel Sandy Mamani Herrera

Se ha procedido a facilitar la siguiente información interna:

Fuente : Elaboración Propia



#### 4. PANEL FOTOGRÁFICO

*Fotografía 1: Vista de la preparación del terreno en arado en suelos adecuados para el cultivo*



*Fuente: Elaboración Propia.*

#### PLANTACIÓN DEL ORÉGANO

*Fotografía 2: Vista de preparación del terreno para la plantación de orégano..*



*Fuente: Elaboración Propia.*

*Fotografía 3: Vista de parcela con plántulas de orégano con riego a gravedad*



*Fuente: Elaboración Propia.*

*Fotografía 4: Vista de la producción del orégano, se observa falta de tecnología.*



*Fotografía 5: Monitoreo por parte del personal técnico.*



*Fuente: Elaboración Propia*

*Fotografía 6: paleado de oregano.*



*Fuente: Elaboración Propia*

*Fotografía 7: Llenado de sacos con alto porcentaje de hoja molida y pérdida de color.*



*Fuente: Elaboración Propia.*

*Fotografía 8: almacenamiento del oregano cosechado*



*Fuente: Elaboración Propia.*

*Fotografía 9: Traslado en camiones a la ciudad de Tacna por intermediarios.*



*Fuente: Elaboración Propia.*

*Fotografía 10: Encuentro de productores de orégano del distrito de Carumas*



*Fuente: Elaboración Propia.*

*Fotografía 11: Personal técnico brindando capacitación a los agricultores de Carumas.*



*Fuente: Elaboración Propia.*

*Fotografía 12: Vista de productores en el tercer festival de orégano del distrito de Carumas.*



*Fuente: Elaboración Propia.*