



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Efecto de la producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia en el año 2019

Trabajo de seminario de graduación para optar

Al grado de

Licenciatura en Economía

Autores

Br. Aráuz Cortaz Eveling Dolibeth

Br. Gurdían Fuentes Ana María

Br. Zeledón Castillo Martha Ivania

Tutor

MSc. Reynaldo Gómez García

Estelí, enero de 2020



Dedicatoria

Dedicamos nuestra tesis:

A Dios.

Por hacer realidad este sueño, por todo el amor con el que nos rodea, por guiarnos por el buen camino, darnos fuerzas para seguir adelante y no flaquear frente a los problemas que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades, brindarnos una vida llena de aprendizajes y sobre todo a ser perseverantes a lo largo de nuestra carrera.

A nuestros padres.

Por su apoyo, consejos, comprensión, amor, sustento en los momentos difíciles, y proveer los recursos necesarios para culminar nuestro trabajo. Nos han dado todo lo que somos como personas: valores, principios, carácter, empeño, perseverancia y coraje para conseguir cada uno de nuestros objetivos.

Con todo nuestro amor para las personas que hicieron todo en la vida para que pudiéramos lograr cada meta propuesta, por motivarnos y darnos la mano cuando sentíamos que el camino se terminaba.

A nuestro tutor.

Msc. Reynaldo Gómez García, por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de este trabajo; por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación.

Dedicamos esta tesis a las personas importantes en nuestra vida, que siempre estuvieron listas para brindarnos su apoyo y que marcaron cada etapa de nuestro camino.

Agradecimiento

Agradecemos en primer lugar, a Dios, único dueño de todo saber y verdad, por iluminarnos durante este trabajo y por permitirnos finalizarlo con éxito, por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

En segundo lugar, pero no menos importante, a nuestros queridos padres, por su apoyo incondicional y el esfuerzo que realizan por brindarnos una buena educación.

En esta oportunidad nuestro reconocimiento y agradecimiento a nuestro tutor Msc. Reynaldo Gómez por su oportuna, precisa e instruida orientación para el logro de la presente tesis.

Valoración docente

A través de la presente hago constar que: ***Eveling Dolibeth Aráuz Cortaz, Ana María Gurdíán Fuentes y Martha Ivania Zeledón Castillo***, estudiantes de la Licenciatura en Economía han finalizado su trabajo de investigación con el tema ***Efecto de la producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia en el año 2019.***

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como en sus respectivas conclusiones. Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindada por el docente metodólogo y consultas realizadas a especialistas en el tema, considero que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes.

También, la amplia literatura científica relacionada con el tema indicado, evidencia que ocupa un lugar importante entre los desarrollos recientes en el proceso de Licenciatura de la Facultad.

Por lo tanto, considero que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa y está listo para ser entregado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí a los 29 días del mes de enero del 2020.

Atentamente,



MSc.Reynaldo José Gómez García,
Tutor de tesis

Índice

I.	Introducción	9
1.1.	Antecedentes.....	10
1.2.	Planteamiento del problema.....	12
1.3.	Formulación del Problema.....	13
1.4.	Justificación	14
II.	Objetivos	15
III.	Marco Teórico	16
3.1.	Producción	16
3.1.1.	Concepto	16
3.1.2.	Tipos de producción	16
3.1.3	Función de Producción	17
a)	Producto total.....	17
b)	Producto medio	17
c)	Producto Marginal	17
d)	Factores de producción	18
3.1.4	Proceso de producción	18
3.1.5.	Proceso de producción de la guayaba.....	19
a)	Requerimientos Edáficos.....	20
b)	Requerimientos Climáticos	20
c)	Variedad	21
d)	Propagación	21
e)	Siembra	21
f)	Podas.....	21
g)	Fertilización	22
h)	Plagas	22
i)	Riego.....	23
j)	Cosecha.....	23
3.1.6.	Importancia de la Producción	23
3.1.7.	Costos de producción	24

3.2. Comercialización	24
3.2.1. Concepto	24
3.2.2 Importancia de la comercialización	25
3.2.3 Funciones de la comercialización	25
3.2.4 Proceso de comercialización	27
3.2.5. Canales de comercialización	28
3.2.6. Intermediarios en la comercialización	28
3.2.7. Estrategias de Comercialización	29
3.3. Nivel de vida	30
3.3.1. Concepto	30
3.3.2 Como se mide el nivel de vida	31
3.3.3. Determinantes del nivel de vida	31
a) Salud	32
b) Educación	32
c) Vivienda	33
d) Empleo y condiciones de trabajo	35
e) Ingresos	35
IV. Hipótesis	38
4.1. Planteamiento de Hipótesis	38
4.2. Variables	38
4.3. Cuadro de Operacionalización de Variables	38
V. Diseño Metodológico	41
5.1. Tipo de Investigación	41
5.1.1. Paradigmas	41
5.1.2. Según el carácter de medición	41
5.1.3. Método de análisis y de síntesis	42
5.2. Tipo de Estudio	42
5.2.1. Según el uso de conocimiento	42
5.2.2. Según la finalidad de la investigación	42
5.3. Universo, muestra y unidad de análisis	43
5.3.1. Universo	43
5.3.2. Muestra	43
a) Tipo de muestreo	43

b) Criterios de selección.....	44
5.4 Técnicas de recolección de datos.....	44
5.4.1. Encuesta.....	44
5.4.2. Guía de observación.....	44
5.5. Etapas de la investigación.....	45
5.5.1. Investigación Documental.....	45
5.5.2. Elaboración de los instrumentos.....	45
5.5.3. Trabajo de campo.....	45
5.5.4. Elaboración de informe.....	45
VI. Resultados.....	46
VII. Conclusiones.....	62
VIII. Recomendaciones.....	64
IX. Bibliografía.....	65
X. Anexos.....	68

Índice de tablas

Tabla 1	74
Tabla 2	74
Tabla 3	75
Tabla 4	75
Tabla 5	75
Tabla 6	76
Tabla 7	76
Tabla 8	76
Tabla 9	77
Tabla 10	77
Tabla 11	77
Tabla 12	78
Tabla 13	78
Tabla 14	78
Tabla 15	79
Tabla 16	79
Tabla 17	80
Tabla 18	80

I. Introducción

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar el efecto de producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia en el año 2019. Durante la producción de guayaba taiwanesa, los productores del municipio enfrentan diversos problemas como plagas, cambios climáticos, descontrol de la materia prima, entre otros, lo que les dificulta poder percibir su potencial productivo.

El objetivo central de la investigación es determinar el efecto de la producción y comercialización de guayaba en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia. Con esta investigación se pretende dar posibles soluciones a los productores de esta zona con la finalidad de que sus productos sean de calidad y cuenten con las características necesarias para posicionarse en el mercado local, nacional y exportarlo al extranjero.

El término producción se refiere al conjunto de los productos que da la tierra naturalmente o de los que se elaboran en la industria. También hace referencia a la actividad de utilizar los procesos, máquinas y herramientas en conjunto con las operaciones mentales y manuales con el fin de obtener productos a partir de las materias y componentes básicos.

La Estructura del documento está compuesta por capítulos, el primer capítulo abarca antecedentes, que son tesis relacionadas al tema de investigación a nivel local, nacional e internacional, planteamiento del problema, preguntas problemas y justificación; el capítulo dos son los principales objetivos de la investigación, el capítulo tres son aspectos teóricos de los ejes principales del tema (producción, comercialización y nivel de vida), el capítulo cuatro es la hipótesis y cuadro de operacionalización, el capítulo cinco está compuesto por el diseño metodológico, el capítulo seis son los resultados de las encuestas, el capítulo siete las conclusiones de la investigación, posteriormente el trabajo contiene recomendaciones, bibliografía y anexos.

Este trabajo investigativo permitió identificar el proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa utilizados por los productores del municipio de La Concordia, además de obtener como resultado que la producción y comercialización de este rubro tiene efectos positivos y mejora el nivel de los productores y su familia.

1.1. Antecedentes

Se revisaron diversas fuentes de información relacionadas con el tema de investigación, de las cuales, se identificaron dos tesis de licenciatura en la biblioteca Urania Zelaya de la FAREM-Estelí, una tesis de ingeniería agropecuaria en la biblioteca virtual de la Universidad Agraria (UNA). Así mismo se identificó una tesis de carácter internacional de licenciatura en Economía de la Universidad Autónoma del Estado de México (UNAM), y una de la Universidad de San Carlos de Guatemala, facultad de agronomía área integrada, consultada en el repositorio virtual de la universidad.

La primera tesis de los autores Karen Omara Salinas Ártica y Noyling Daritza Acuña Hernández, tiene por nombre " "Producción para la exportación de café de calidad al mercado internacional por parte de la empresa CISA Exportadora, durante el período 2014-2015. Dicha investigación fue realizada en el año 2015 por los estudiantes de Administración de empresa , de la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí (FAREM Estelí), tiene por objetivo analizar el proceso de producción de los productores para el diseño de una estrategia que mejore la capacidad de exportación de café en la empresa CISA Exportadora a mercados internacional en el periodo 2014 (Salinas & Acuña, 2015).

La segunda tesis que tiene por título "Producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia departamento de Jinotega. Periodo 2013-2016", presentada por los autores Geysell Karina Hernández Cruz y Juan Carlos Tinoco Arteta de Administración de empresa de la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí (FAREM Estelí), el objetivo de dicha investigación es analizar el comportamiento de la producción y comercialización de la guayaba en el municipio, para el diseño de una estrategia que mejore los canales de comercialización (Hernández & Tinoco, 2017).

Una tercera tesis de ingeniería agropecuaria presentada por Harold Lenin Espinoza Arostegui y Dulay Vidal Castellón Lorente, de la Universidad Nacional Agraria (UNA), se titula "producción y comercialización para la exportación de ajonjolí (sesamum indicum) en el municipio de Achuapa departamento de León " el objetivo de esta tesis fue evaluar la calidad de vida de los socios de la cooperativa multisectorial Juan Francisco Paz Silva a través de la producción sostenible de ajonjolí con valor agregado para la exportación dirigida a mercados internacionales (Espinoza & Castellon, 2013)

Una cuarta tesis que tiene por nombre "Análisis de producción de guayaba en calvillo, Aguascalientes, 2017" presentada por José Guadalupe Páez Zavala, estudiante de Economía de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAM), tiene por objetivo realizar el análisis económico del nivel tecnológico de la guayaba, para determinar la rentabilidad en el sistema de producción en calvillo en el estado de Aguascalientes, con el propósito de conocer los costos e ingresos de las unidades de producción para de ahí derivar recomendaciones a los productores en esta actividad (Zavala, 2017).

Una quinta tesis que tiene por nombre “Sistemas de producción agrícola en el año 2010”, presentada por Lesly Paola Rosales Meda, realizado en el centro de innovación tecnológica del sur del instituto de ciencia y tecnología agrícolas (ICTA CISUR-Cuyuta) aldea Cuyuta, Escuintla, Guatemala. De la universidad de San Carlos de Guatemala facultad de agronomía área integrada. Esta investigación tiene como objetivo realizar un diagnóstico de los diferentes problemas y necesidades de producción de frutales en el “proyecto de frutales” en la parcela cuyita del municipio de Escuintla, Guatemala en el centro de innovación tecnológica del sur del instituto de ciencia y tecnología agrícolas (ICTA – CISUR) (Rosales, 2010).

Se han hecho estudios de producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia y otros países, pero ninguno de estos estudios ha determinado el efecto de dicha producción en el nivel de vida de los productores del municipio. Esto es lo que diferencia este tema de investigación al resto de investigaciones elaboradas.

1.2. Planteamiento del problema

La guayaba taiwanesa es una fruta que tiene demanda y buen precio en el mercado internacional, es factible producirla en Nicaragua, para el mercado interno o para la exportación.

La guayaba posee grandes ventajas nutricionales frente a otras frutas, se caracteriza por su gran tamaño y diversas bondades nutricionales, a pesar de esto es un producto que se consume de manera ocasional. Existen regiones productoras en nuestro país como lo es La Concordia- Jinotega, en este municipio, la producción de guayaba tiene gran importancia económica, por el impacto primordial en el ingreso de los productores, en la generación de empleos, así como en el desarrollo económico del municipio.

Los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia en el transcurso de los últimos años, producen la guayaba de manera artesanal. Durante la producción de la guayaba, los productores enfrentan diversos problemas, la principal problemática es la comercialización del producto, debido a la poca o nula organización que se tiene en este sentido, como segundo factor que afecta la producción de guayaba taiwanesa, son los problemas técnicos que limitan la productividad de las huertas, como es el caso de la escasez y el uso ineficiente del agua de riego, podas inadecuadas, presencia de plagas, enfermedades, factores climáticos, descontrol de la materia prima, entre otros, que provocan baja calidad en los frutos y merman considerablemente el valor de la producción, ocasionando pérdidas principalmente a los productores.

Otro factor que incide en la producción de guayaba taiwanesa es la falta de infraestructura lo que provoca una reducción en la calidad del producto, la infraestructura de producción comprende los sistemas, las políticas, los procedimientos y las estructuras organizativas que sirven de apoyo a los procesos de producción.

En consideración a lo anterior, la capacitación de los productores, en técnicas de producción, manejo de plagas, insecticidas, fungicidas, plaguicidas, etc.; es un punto en el cual se debe poner especial interés, puesto que los requerimientos de calidad exigidos por la industria y algunos mercados, no aceptan fruta que haya sido tratada con algún producto químico. De igual manera la infraestructura y el financiamiento son dos factores muy relevantes para mantener la competitividad en los mercados locales, nacionales e internacionales.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Pregunta directriz

¿Qué efecto ha tenido la producción y comercialización de guayaba en el nivel de vida de los productores?

1.3.2. Preguntas problema

¿Cuál es el nivel de vida de los productores de guayaba taiwanesa?

¿Cómo es el proceso de producción y comercialización de la guayaba taiwanesa?

¿Qué estrategias se deben ejecutar para mejorar el proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa?

1.4. Justificación

Esta investigación se realizó con la finalidad de especificar los aspectos relacionados, con la producción y comercialización de la guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia, departamento de Jinotega, y el efecto que ha tenido en el nivel de vida de los productores.

La siembra y producción de esta variedad de guayaba fue introducida al país por técnicos de la República de China Taiwán, quienes trabajan en la aplicación de técnicas e injertos a plantas de guayaba criolla, con estacas de guayaba originarias de Asia.

Un documento de la Misión Técnica de la República de China Taiwán menciona que “es una variedad formada en Asia, en donde es muy popular su consumo y cultivo”.

La presente investigación, permitirá que los productores de guayaba profundicen sus conocimientos sobre la problemática que enfrentan en cuanto a la producción del rubro. De igual manera este estudio servirá a todos aquellos que estén interesados en el tema ya sea para la creación de nuevas empresas o para estimular el crecimiento de las mismas.

Con este análisis se estará en capacidad de identificar con claridad la situación del sector, las nuevas oportunidades de negocio que pueden presentarse y la forma de responder en un ambiente competitivo en donde la clave es innovación y diferenciación.

Por lo consiguiente, el estudio permitió determinar la situación real de los productores de guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia-Jinotega, para brindar posibles soluciones a los productores de esta zona con la finalidad de que sus productos sean de calidad y cuenten con las características necesarias para posicionarse en el mercado local, nacional y exportarlo al extranjero, así mismo, con el apoyo del gobierno, puedan tomar acuerdos sobre que políticas se pueden implementar con la finalidad de ayudar a desarrollar la producción de guayaba y desde luego elevar su nivel de competitividad a nivel nacional e internacional.

La importancia de este estudio radica en determinar y formular líneas estratégicas que servirán para mejorar el proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa, esto dará una mayor oportunidad a las familias de obtener un mejor nivel de vida y estabilidad económica.

Esta investigación contiene información necesaria para obtener un conocimiento mas amplio sobre la materia y por ende servirá de apoyo o punto de partida para futuras investigaciones y a si mismo servirles tanto para el desarrollo de su investigación como para su ampliación.

II. Objetivos

Objetivo General

Determinar el efecto de la producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia-Jinotega en el año 2019

Objetivos Específicos

Identificar el nivel de vida de los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia-Jinotega

Describir el proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia-Jinotega en el año 2019

Proponer estrategias a los productores que contribuyan al proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia-Jinotega

III. Marco Teórico

En esta investigación se han identificado tres ejes teóricos con base al tema y objetivos a investigar, estos ejes son:

- 1) Producción
- 2) Comercialización
- 3) Nivel de Vida

3.1. Producción

3.1.1. Concepto

La producción puede definirse como el resultado de la acción de producir, o sea, por un lado, de generar un producto, un objeto material o inmaterial, y por el otro, designa el proceso llevado a cabo para que exista la obra. Es la actividad que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor, también por producción en un sentido amplio, entendemos el incorporar (Mendez, 2011).

La producción es un proceso cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de las familias (unidades básicas de consumo) mediante la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de unos factores de producción (recursos naturales, trabajo, capital) empleados por las empresas (unidades básicas de producción) (Penalonga, 2004).

En economía la producción es la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción es uno de los principales procesos económicos y el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicio (Rosental, 1973).

Es el proceso de consumo de la fuerza de trabajo y creación de medios de producción y objetos de uso personal necesarios para la existencia y desarrollo de la sociedad humana.

3.1.2. Tipos de producción

Existen tres tipos principales de sistemas de producción por trabajo, por lotes, en masa y de flujo continuo, comprendiendo, cada una respectivamente, operaciones a escala cada vez mayor. El aprovechamiento de los recursos, la flexibilidad para responder a los cambios y el trabajo en condiciones de calidad suficientes son algunos de los retos que los tres tipos de procesos productivos tienen en común, aunque también cuentan con sus diferencias (Costa, 2018):

- a) **Producción de trabajos o bajo pedido:** Es el utilizado por la empresa que produce solamente después de haber recibido un encargo o pedido de sus productos. Es el sistema en el cual la producción se hace por unidades o cantidades pequeñas, cada producto a su tiempo lo cual se modifica a medida que se realiza el trabajo.
- b) **Producción por lotes:** Es el sistema de producción que usan las empresas que producen una cantidad limitada de un producto cada vez. Esa cantidad limitada se denomina lote de producción. Su aplicación permite cierto grado de especialización de la mano de obra, y la inversión de capital se mantiene baja.
- c) **Producción continua:** Este sistema es empleado por las empresas que producen un determinado producto, sin cambios, por un largo periodo. El ritmo de producción es acelerado y las operaciones se ejecutan sin interrupción.

3.1.3 Función de Producción

Es una expresión de la relación entre los recursos escasos de una empresa (sus insumos) y la producción que resulta del uso de esos recursos. La función de producción hace referencia a la cantidad de bienes que se pueden producir como máximo teniendo una determinada cantidad de recurso. En la producción de cualquier bien (o servicio) las empresas necesitan trabajo (recursos humanos), es decir, trabajadores, y capital, como maquinaria y otros recursos productivos. Así construimos la función de producción: $Y = f(L, K)$; que nos indica que la producción de una empresa (Y) depende de la cantidad de trabajo (L) y de la cantidad de capital (K) (Keat & Philip, 2005).

Especifica la cantidad máxima de producción que puede obtenerse con una cantidad dada de factores se define en relación con un estado dado de los conocimientos técnicos, partiendo de la función de producción podemos calcular tres importantes conceptos de la producción: El producto total, el producto medio y el producto marginal (Samuelson & Nordhaus, 2004):

a) Producto total

Designa la cantidad total de producción que se obtiene en unidades físicas

b) Producto medio

Es igual a la producción total dividida por el total de unidades del factor.

c) Producto Marginal

Es la producción adicional que se obtiene con una unidad más de ese factor, manteniéndose constante los demás, se obtiene a partir del producto total.

d) Factores de producción

La actividad productiva de un país y, por tanto, también la de sus empresas depende de sus posibilidades de producción. Las posibilidades de producción empresarial dependen de los factores de producción disponibles.

Factores de producción disponibles

Para producir han de combinarse una serie de elementos materiales, humanos y organizativos. Estos elementos son los denominados factores productivos (tierra, trabajo, capital y tecnología) (Penalunga, 2004):

- **Tierra:** Comprende a todos los recursos naturales que pueden ser utilizados en el proceso productivo. Por ejemplo, la tierra cultivable, la tierra para edificación, los recursos minerales como oro, plata o acero, las fuentes de energía como agua, gas natural, carbón, etc.
- Son las materias primas, la energía y los diversos suministros materiales utilizados en el proceso productivo.
- **Trabajo:** Son las horas de tiempo que las personas dedican a la producción. De esta forma, las horas de trabajo físico de un agricultor, las horas de estudio de un investigador o las horas de clases de un profesor, son todos ejemplos del factor productivo trabajo.
Es la mano de obra o el tiempo medido en horas que dedican los trabajadores a la producción de un bien o servicio.
- **Capital:** No solo se refiere a los recursos financieros de la empresa como popularmente se cree, sino que además comprende el conjunto de bienes de inversión necesarios para la producción, como la maquinaria, las herramientas, las instalaciones productivas, los terrenos o locales comerciales.
- Comprende a los bienes durables que son utilizados para fabricar otros bienes o servicios. Así, por ejemplo, la maquinaria agrícola, las carreteras, los ordenadores, etc.
- **Tecnología:** Se refiere al conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten a las personas solucionar problemas, modificar su entorno y adaptarse al medio ambiente. Éste último factor se empezó a incluir más tarde.

3.1.4 Proceso de producción

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor (Gardey & Perez, 2008).

Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda. Podría hablarse de la existencia de tres fases en todo proceso de producción (Blanchard, 2017):

- a) **Acopio:** Etapa analítica: Esta primera etapa de la producción, las materias primas se reúnen para ser utilizadas en la fabricación. El objetivo principal de una empresa durante esta fase del proceso de producción es conseguir la mayor cantidad de materia prima posible al menor costo. En este cálculo hay que considerar también los costes de transporte y almacén. Es en esta fase cuando se procede a la descomposición de las materias primas en partes más pequeñas. Además, en esta primera fase el gerente o el jefe de producción indicará el objetivo de producción que se tiene que conseguir, algo muy a tener en cuenta a la hora de realizar el acopio de la materia prima, así como de todo el material que se necesitará para realizar la correcta producción.
- b) **Producción:** Etapa de síntesis: Durante esta fase, las materias primas que se recogieron previamente se transforman en el producto real que la empresa produce a través de su montaje. En esta etapa es fundamental observar los estándares de calidad y controlar su cumplimiento. Para que esta fase salga según lo previsto y se evitan problemas, es necesario hacer un trabajo de observación del entorno, de tal manera que se puedan anticipar los cambios y se pueda trazar un plan de actuación para saber cómo actuar en todo momento para seguir trabajando en pro del cumplimiento de los objetivos.
- c) **Procesamiento:** Etapa de acondicionamiento: La adecuación a las necesidades del cliente o la adaptación del producto para un nuevo fin son las metas de esta fase productiva, que es la más orientada hacia la comercialización propiamente dicha. Transporte, almacén y elementos intangibles asociados a la demanda son las tres variables principales a considerar en esta etapa. Una vez el producto/servicio ya esté entregado, no se puede olvidar que hay que llevar a cabo una tarea de control que permita saber si lo que se ha entregado cumple con los objetivos marcados y con los estándares de calidad que el cliente demanda.

3.1.5. Proceso de producción de la guayaba

En el país su principal forma de consumo es como fruto fresco, actualmente este cultivo está cobrando bastante auge debido a las facilidades de procesamiento para la producción de dulces, jaleas, almibares y refrescos, algunos de estos, a la vez, sirven de materia prima para la industria de las panaderías (Hernández & Tinoco, 2017).

a) Requerimientos Edáficos

Son factores que regulan el suelo y que influyen en la distribución y abundancia de plantas y animales. Se dividen entre la estructura física del suelo (textura y porosidad) y la composición química (cantidad de materia orgánica, aire y agua). Este cultivo se adopta a una amplia variedad de suelos, desde arenosos hasta arcillosos, con buena fertilidad y profundidad.

Tradicionalmente las plantas silvestres de guayaba se han encontrado en terrenos pobres, razón por la cual los productores piensan en cultivarlos donde otros cultivos no se desarrollan muy bien, pero las variedades mejoradas requieren de condiciones especiales para que puedan manifestar todo su genético, en tal sentido se ha encontrado que los suelos que le favorecen son los franco arcilloso con buen contenido de materia orgánica, por el contrario los suelos arenosos no le son muy favorables, manifestándose en un desarrollo lento y débil. El pH está en el rango de 6 a 7; es una planta bastante tolerante a la humedad, pero no por periodos prolongados (INTA, 2018).

b) Requerimientos Climáticos

El clima hace referencia al estado de las condiciones de la atmósfera que influyen sobre una determinada zona. El uso cotidiano del término, por lo general, se vincula a la temperatura y al registro o no de precipitaciones (lluvia, etc.). Aunque, en ocasiones, clima se utilice como sinónimo de tiempo, dichos conceptos no tienen el mismo significado. El tiempo se refiere a la situación de los factores atmosféricos que actúan en un momento específico y en una región determinada. Por ejemplo: “El tiempo en Buenos Aires es cálido, con una temperatura, en estos momentos, de 27°”, “Me gustaría conocer cómo está el tiempo en Acapulco, ya que, en unas pocas horas, llegaremos a la ciudad y quisiera pasar la tarde en la playa”.

El clima, en cambio, supone una información enfocada a un periodo de tiempo más extenso, de unas tres décadas como mínimo: “El clima de mi región es subtropical, con muchas precipitaciones durante la temporada de verano”, “El calentamiento global ha generado un marcado aumento de la temperatura y un nuevo clima caracterizado por la elevada humedad”.

Se denomina como clima, por otra parte, a un determinado ambiente social, con características particulares que lo definen: “El clima político está bastante convulsionado en la actualidad, tras la renuncia del primer mandatario y de sus ministros”, “No puede menospreciarse el clima intelectual que se respira en la ciudad”.

El cultivo de guayaba Se desarrolla muy bien en aquellos lugares en donde se tengan temperaturas entre los 16-34 grados centígrados humedad relativa entre 36 y 96 %, condiciones que lo vuelven cultivable desde el nivel del mar hasta los 1400 msnm, y con precipitación anual de 1000-1800mm. Bien distribuido (Hernández & Tinoco, 2017).

c) Variedad

Jerarquía taxonómica comprendida entre la especie y la forma. Agrupa a un conjunto de individuos que se diferencian del tipo de la especie por uno o varios caracteres secundarios. Conjunto de plantas de un solo taxón botánico del rango más bajo conocido que pueda definirse por la expresión de los caracteres resultantes de un cierto genotipo, de una cierta combinación de genotipos y pueda distinguirse de cualquier otro conjunto de plantas por la expresión de uno de dichos caracteres por lo menos.

Una variedad particular puede estar representada por varias plantas, una sola planta o una o varias partes de una planta, siempre que dicha parte o partes puedan ser usadas para la producción de plantas completas de la variedad. La guayaba taiwanesa es una variedad formada en Asia en donde es muy popular su consumo y cultivo. Los frutos son redondos, un poco achatados en los polos, color verde claro y un peso promedio de 1.5 lb., presenta un mesocarpio grueso de aproximadamente 2.5 cm y un color crema, sabor dulce y textura crujiente antes de su completa madurez, que es el momento ideal de corte.

d) Propagación

Proceso por el que se reproduce o multiplica con éxito una especie vegetal. Cualquier método o sistema para diseminar semillas o multiplicar plantas o animales a partir del progenitor. Los más usuales, los insectos, el viento, el agua, las aves y otros animales. Multiplicación de las plantas. Se recomienda la propagación por injerto, con el fin de obtener plantas con las mismas características de las plantas originales. El método de injerto más usado es el de enchape lateral.

e) Siembra

A la hora de determinar el origen etimológico de la palabra siembra tenemos que especificar que aquel se encuentra en el latín. Más exactamente procede del verbo seminare, que puede traducirse como “poner semillas”.

Siembra es la acción y efecto de sembrar (arrojar y esparcir semillas en la tierra que está preparada para tal fin, o hacer algo que dará fruto). El término siembra también se utiliza para hacer referencia al tiempo en que se siembra y a la tierra sembrada.

La siembra se debe realizar establecerse las lluvias generalmente mayo, y de acuerdo a la topografía del terreno realizar el trazo. Los distanciamientos más recomendados son de 4x4m. (437 plantas /mz) y 4x5. (350 plantas /mz). Las dimensiones de los hoyos son de 0.60x0.60x0.60m. En este se pueden colocarse de 10-20 lb. De abono orgánico y ¼ de libra de fórmula 18-46-0.

f) Podas

Consiste en cortar el eje principal de la planta, a una altura de 0.60 metros sobre el nivel del suelo, cuando esta alcanza una altura de 0.80 metro.

Al suprimir el crecimiento apical se estimula la salida de los brotes laterales en cada uno de los nudos próximos al corte, de estos brotes se seleccionan 4, los cuales deben quedar

distribuidos en forma simétrica para evitar el traslape entre las ramas. Cuando los brotes alcancen una longitud de 0.2 metros (ahora ramas) se les elimina la parte terminal o apical, práctica que se conoce con el nombre de despunte, con esto se estimulará la salida de nuevos brotes laterales, de los cuales se seleccionarán únicamente dos.

Este proceso se repite 7 veces y paralelamente se eliminan todas las flores que se formen. Después del séptimo despunte se permite que las flores se desarrollen normalmente. En esta etapa la planta debe tener una forma de copa con el centro sin ramas para facilitar la circulación del aire y permitir la entrada de luz solar. En algunos momentos se pueden construir especies de ramadas para ayudar a la formación de la copa

- **Podas de fructificación**

Posteriormente se deben realizar podas para estimular la floración, recordando que las flores únicamente se forman en ramas jóvenes y no en maduras (color café y de forma cilíndrica). Además de esta poda se realiza un despunte cuatro nudos arriba de una flor, con esto se logra la captación de luz y que haya un mejor desarrollo del fruto más próximo; cuando una rama forma más de seis nudos y no hay formación de flores se debe hacer una poda en el cuarto nudo para que se formen nuevas ramas, las cuales posiblemente floreen. Para facilitar las labores de manejo de la plantación se recomienda que las plantas no sobrepasen los dos metros de altura; de lo contrario se necesitará de escaleras para la cosecha y se dificulta la aplicación de agroquímicos.

- **Podas fito sanitarias**

Son indispensables para eliminar focos de diseminación de enfermedades, y consiste en retirar todas aquellas ramas con síntomas de enfermedad, además de las que se rozan entre sí, las que se quiebran y las que bajan hasta el nivel del suelo. Posterior a cualquier tipo de poda se aplica un fungicida para impedir la penetración de algún patógeno por las heridas abiertas. (CENTA, 2002)

g) Fertilización

El término fertilización ostentan dos usos en dos contextos diferentes, pero ambos ampliamente difundidos, por un lado, como fertilización se designa al proceso a través del cual se prepara a la tierra añadiéndole diversas sustancias que tienen el objetivo de hacerlas más fértil y útil a la hora de la siembra y plantación de semillas. La planta de guayaba puede permanecer en producción constante cuando cuenta con los niveles óptimos de nutrientes disponibles en el suelo.

h) Plagas

El concepto de plaga ha evolucionado con el tiempo desde el significado tradicional donde se considera plaga a cualquier animal que producía daños, típicamente a los cultivos. Actualmente debe situarse al mismo nivel que el concepto de enfermedad de forma que

debe entenderse como plaga a una situación en la cual un animal produce daños económicos, normalmente físicos, a intereses de las personas (salud, plantas que la enfermedad no es el virus, bacterias, etc., sino la situación en la que un organismo vivo (patógeno) ocasiona alteraciones fisiológicas en otro, normalmente con síntomas visibles o daños económicos.

En sentido amplio, el concepto de plaga se refiere a cualquier ente biótico que el hombre considera perjudicial a su persona o a su propiedad.

La principal plaga que daña directamente la calidad de la fruta es la mosca: *Anastrepha*. Y será *titis capitata* las cuales pueden dañar el 90-100% de la producción.

i) Riego

El riego consiste en aportar agua al suelo para que los vegetales tengan el suministro que necesitan favoreciendo así su crecimiento. Se utiliza en la agricultura y en jardinería. El riego es la aplicación oportuna y uniforme de agua a un perfil del suelo para reponer en este el agua consumida por los cultivos entre dos riegos consecutivos. Para que la planta produzca durante todo el año en forma.

j) Cosecha

En agricultura la cosecha se basa en la recolección de los frutos, semillas u hortalizas de los campos en la época del año en que están maduros. La cosecha marca el final del crecimiento de una estación o el final del ciclo de un fruto en particular.

Uso general incluye también las acciones posteriores a la recolección del fruto propiamente dicha, tales como la limpieza, clasificación y embalado de lo recolectado hasta su almacenaje en la granja o la época del año en que están maduros. Se puede dar por injerto la planta puede iniciar la producción a los seis meses después del trasplante si no se poda, al realizar esta se inicia a partir de los 10 meses, que es cuando la planta ya se ha formado y la cantidad de frutas dependerá de la cantidad de ramas formadas a través de podas. De ahí la importancia de esta labor.

En términos generales, una planta en el primer año puede producir 100 frutos, se va incrementando en forma gradual hasta el quinto año, cuando alcanza los quinientos frutos y así se mantiene constante durante el resto de su vida a excepción de cuando se realiza la poda de renovación, que la producción vuelve a tener el mismo ciclo que al inicio.

3.1.6. Importancia de la producción

La producción es un tema amplio, fascinante y de actualidad. Una interpretación estrecha podría limitarlo a la generación masiva de productos comerciales en fábricas dispersas. Si bien este aspecto es ciertamente importante y espectacular, representa solo una parte del esquema. Los productos varían desde componentes de mercaderías y máquinas hasta los accesorios más sofisticados de los sistemas de entretenimiento e información. Estos son

Producidos por individuos, equipos, familias, despachos y compañías en oficinas, barracas, laboratorios fábricas.

Pese a las aparentes diferencias en materia prima, procesos de elaboración y producto final, hay muchas similitudes. En la sociedad actual donde tantos recursos se vuelven escasos y las cuestiones ambientales son asuntos delicados, la industria, las organizaciones de servicios y las dependencias del gobierno comparten una preocupación común por una mayor productividad. Las tres áreas de producción, aunque diferentes en cuanto a diseño y finalidad, utilizan esencialmente los mismos instrumentos administrativos y se benefician con los estudios de producción gracias a los cuales los recursos naturales se conservan y se vuelven más útiles (Riggs, 2010).

3.1.7. Costos de producción

Producir implica emplear una serie de factores de producción que tiene un valor económico cuantificable. El coste de la producción es el valor de los recursos utilizados para producir un bien o servicio. En relación con la cantidad que se produzca, los costes se pueden clasificar del siguiente modo (Penalunga, 2004):

- a) **Costes Fijos (CPF):** Son aquellos que no varían si cambia la cantidad producida. Se corresponden con el valor de los recursos que son fijos para la empresa como el alquiler del local o los gastos de mantenimiento de las instalaciones productivas.
- b) **Costes Variables (CV):** Son aquellos costes proporcionales al número de unidades que se producen. Por ejemplo, las materias primas o el consumo de energía.
- c) **Costes Totales (CT):** Son la suma de los costes fijos y de los costos variables.
 - a. $CT = CFT + CVT$

3.2. Comercialización

3.2.1. Concepto

Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar producto, bienes o servicios, estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas, incluso grupos sociales (Zuñiga, 2010).

La Comercialización es el mecanismo primario que coordina las actividades de producción, distribución y consumo en determinadas áreas o campos económicos para satisfacer las necesidades de las distintas unidades consumidoras (Morales & Villalobos, 1985).

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio, logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman (Reyes, 2010).

Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado, propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de ventas que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

Es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). Por ejemplo: “La empresa norteamericana comenzará la comercialización de un nuevo producto en los próximos días”, “La comercialización del vino de arroz fue un éxito”, “Tenemos un buen producto, pero todavía fallamos en la comercialización” (Larrian & Sachs, 2012).

La comercialización incluye, la planificación y Control de los bienes y servicios que favorecen al desarrollo adecuado del producto, para asegurar que el mismo este en el lugar adecuado, en el momento oportuno y en el precio y en las cantidades requeridas, que garanticen ventas rentables a través del tiempo. La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

3.2.2 Importancia de la comercialización

La importancia de un mercado adecuado puede considerarse desde el punto de vista de la economía nacional, del agricultor del productor 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 (Pineda, 2017).

Es importante la comercialización ya que, en un mercado globalizado y crecientemente competitivo, las funciones de explorar y estudiar mercados, buscar compradores en el país y en el mundo, crear imagen de productos o servicios, encontrar nuevas modalidades de venta y acercar al cliente a la Empresa, constituyen desafíos que requieren de una sólida y moderna formación profesional.

Hoy las Empresas dependen cada vez más de sus clientes, por eso las Organizaciones deben "pensarse desde la perspectiva del mercado" y toda acción debe privilegiar el servicio y la atención al cliente. Este servicio y esta atención deben estar cada vez más profesionalizados porque las exigencias son mayores y la competencia es más intensa y universal. Por eso Comercialización es hoy una de las funciones gerenciales más valoradas ya que su objetivo es contribuir a lograr el éxito de la Empresa en los mercados del país y del mundo.

3.2.3 Funciones de la comercialización

Las funciones de la comercialización son los productos, consumidores y especialistas en comercio, esto hace que se les facilite con frecuencia estas funciones. Cuyas funciones se

pueden desplazar y compartirse con los bienes y servicios que se exigen en el comercio (García, Hernández, & Samaniego, 2012).

a) Precios

El precio de tu producto es lo que va a determinar la cantidad de beneficios que tendrás. Debes experimentar un presupuesto hasta que encuentres el precio justo para que sea competitivo y a la vez rentable. También deberás tener en cuenta los gastos generales del negocio cuando fijes los precios. Deberás averiguar cuál es la demanda de tu producto, ya que como producto tendrá valor solo dependiendo de la cantidad que alguien pague por él.

b) Venta

En pocas palabras, la venta proporciona una manera de darle a tu cliente lo que desea. Esto se puede hacer de muchas maneras. Puedes vender tu producto directamente al cliente o venderlo a minoristas con precios de mayorista. Puedes vender un producto hecho especialmente para su venta a otras empresas. También puedes vender tu producto por Internet si deseas tener bajos costos totales.

c) Financiación

La financiación se refiere a cómo obtendrá el dinero tu negocio que necesita para comenzar a operar y permanecer operable. Esta función involucra a los inversores, la financiación, el presupuesto y otras cuestiones financieras que tu empresa pueda tener. También se refiere a la forma en que algún cliente va a pagar por los bienes o servicios que estás vendiendo.

d) Promoción

Un producto o servicio es inútil para tu negocio si nadie lo conoce. La función de promocionar algo para su comercialización se refiere a los esfuerzos que debes hacer para correr la voz sobre el producto que estás intentando vender. Esta función también abarca el arte de convencer a las personas de que tu producto es necesario, mejores que los que ofrece la competencia y que es de buena calidad.

e) Distribución

La función de distribución en la comercialización se ocupa de cómo obtendrás los productos que le vendes a tu cliente. Transporte, almacenes y plazos de envío son parte de la distribución. Se refiere al lugar en donde se va a vender tu producto y también al momento en el que más conviene venderlo. Por ejemplo, una empresa que vende piscinas deberá enfocar sus esfuerzos de comercialización durante la primavera.

f) Manejo del producto

Cada negocio desea que su producto sea objeto de demanda. Para asegurarte que también sea tu caso, las empresas gestionan sus productos cambiándolos según las tendencias

actuales para ir adaptándose, aumentando la calidad de esos productos, evaluando las condiciones del mercado y otros criterios. Los nuevos productos pueden desarrollarse según los cambios en el mercado.

3.2.4 Proceso de comercialización

Una de las decisiones que debe tomar el gestor de marketing es como comunicar a los consumidores la existencia de un producto, sus bondades y beneficios, los cambios e innovaciones del producto o, simplemente, como recordarles su existencia para atraer su intención de compra. Para esto existen cuatro procesos o herramientas (Pereyra, 2016):

- La publicidad.
- La promoción de ventas.
- Las ventas personales.
- Las relaciones públicas.

a) Publicidad

Publicidad puede entenderse como una fórmula de comunicación pagada por las empresas para anunciarse en los diferentes medios disponibles en el mercado. Sin embargo, dada la cantidad de medios en los que los negocios pueden anunciarse, existen muchos tipos de publicidad.

b) Promoción de ventas

La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio (Pedrosa, 2007).

c) Ventas personales

Son una de las herramientas más importantes de la promoción (las otras son la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas) porque permiten una relación directa con los clientes actuales y potenciales, además, porque tienen la capacidad de generar ventas directas

d) Las Relaciones Públicas

Son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad

y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. Relaciones públicas (Martini, 2003).

3.2.5. Canales de comercialización

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

- a) **Canales tradicionales:** son los que, como su nombre indica, no utilizan la tecnología avanzada para conseguir sus fines.
- b) **Canales automatizados:** utilizan la tecnología de forma básica para canalizar los productos hacia el consumo. Por ejemplo, las máquinas expendedoras de productos.
- c) **Canales audiovisuales:** son los canales que usan diferentes medios. Por ejemplo, la televisión para dar a conocer sus productos, el teléfono para contactar con compradores potenciales y una empresa de transporte para hacer llegar el producto a su casa.
- d) **Canales electrónicos:** son los canales de comercialización que utilizan internet como medio para conectar con los consumidores.

3.2.6. Intermediarios en la comercialización

En la comercialización de un mismo producto puede intervenir más de una empresa distribuidora. La longitud del canal externo dependerá entonces del número de intermediarios que participen en la comercialización; estos pueden ser mayoristas o minoristas (Penalonga, 2004).

- a) **Mayoristas:** son intermediarios que no venden el producto al consumidor final. Compran los productos directamente a los productores o a otros mayoristas y los venden a otros intermediarios, que pueden ser mayoristas o minoristas. La venta se realiza en grandes cantidades por lo que se denomina venta al por mayor.
- b) **Minoristas:** Son los intermediarios que venden los productos al consumidor final en pequeñas cantidades; por eso este tipo de ventas se llama venta al detalle. Son minoristas las tiendas, los supermercados, los centros comerciales, etc.

3.2.7. Estrategias de Comercialización

Las estrategias de comercialización es un factor importante en el mundo ya que es la actividad primordial y se realiza cotidianamente en el comercio, comercializar es importante ya que los países tienen una forma de elevar su economía y tener preferencias arancelarias y tratados que puedan tener una ventaja competitiva (García, Hernández, & Samaniego, 2012).

Se especifican en el mercado meta y una mezcla comercial, en el mercado meta se crean un grupo homogéneo de clientes a los que se deben atraer. En la mezcla comercial son variables controladas en la empresa para satisfacer a los consumidores. En la comercialización por metas es una mezcla comercial para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, estas estrategias pueden satisfacer a grandes mercados y ganancias.

Se pueden tener grupos para las variables de la mezcla comercial, las cuales son plaza en alcanzar las metas del producto adecuado en la plaza del mercado meta, todo producto comprenderá un bien físico, también se debe abordar en la distribución del producto transportes, las promociones de los productos en el mercado es la información y la venta al cliente esto se refiere la venta personal que es la comunicación de los vendedores y clientes o las ventas masiva que es una comunicación en la cantidad de los clientes al mismo tiempo. El precio debe ser el indicado para que sea accesible a los consumidores, pero también tomar en cuenta a la competencia que está en el mercado.

a) Ventajas de la Comercialización

Las podemos ver en los diferentes grupos de mercados como en el grupo agrícola se debe ver en que podemos controlar los precios para un nivel para que se aprueben las ventas, planificar el precio de los presupuestos sociales y en los subsidios para que se garantice los precios competitivos para que se exporten y la venta interna en las divisas, se favorecen en limitarse en los recursos de la prioridad para ubicarlos en las más eficientes y necesarios para los países de tener mayores beneficios.

b) Desventajas de la Comercialización

Desventajas pueden ser que eleven los precios y nos les permitan recuperar los gastos de producción, aunque que, insatisfecha la demanda, la fijación de precios es la que matiza la información y la objetividad de un proceso en el proceso de producción. Otras de las desventajas pueden ser la oferta que se vende con los diferentes tipos de precios.

Las ventajas y desventajas se pueden determinar por los niveles de la oferta y la demanda al ver cuál de estos factores prevalece más en la comercialización de los productos que comercializan para la satisfacción de cada consumidor. Pero al final la comercialización siempre tiene un papel importante para que cada país pueda tener una actividad comercial.

3.3. Nivel de vida

3.3.1. Concepto

Nivel es un término con varios usos. Uno de ellos hace mención a un rango o una categoría. El concepto de vida, por otra parte, está vinculado a la existencia. Estas ideas nos permiten establecer que el nivel de vida tiene relación con una cierta categoría que alcanzan las personas en su existencia (Laguna & Padilla, 2018).

El concepto nivel de vida, por lo tanto, se refiere a un grado de confort material que un individuo o un grupo social logra obtener o aspira a conseguir. La noción incluye tanto los productos y servicios que son adquiridos a nivel individual como a los bienes y servicios consumidos de forma colectiva y a aquellos provistos por el estado.

Todo individuo trata de estar en constante superación y de encontrarse mejor consigo mismo, así como con aquellos que lo rodean. Este proceso de encuentro es complejo paulatino y difícil; sin embargo, es una búsqueda natural que toda persona emprende para buscarse a sí mismo.

El nivel de vida también se refleja en la calidad del empleo que se puede obtener, las posibilidades de desarrollo y el acceso a la educación. Otros elementos a considerar son la cercanía o lejanía a caer en la pobreza, la cantidad de horas que se necesitan trabajar para reunir los recursos que hacen posible el mantenimiento propio, la posibilidad de acceso a un sistema sanitario de calidad.

Según la opinión popular y el uso científico, 'nivel de vida' se refiere a bienestar material y constituye un concepto, susceptible de medición, similar al Producto Nacional Bruto per cápita. "El nivel de vida", escribió Jean Forraste, "se mide por la cantidad de bienes y servicios que puede adquirirse con el ingreso nacional promedio (Blandon, 2017).

El nivel de vida es un concepto estrictamente económico y no incluye las dimensiones ambientales y psicosocial. La calidad de vida, en cambio, alude a un estado de bienestar total, en el cual un alto nivel de vida se torna insuficiente. Por ejemplo, una persona con un alto nivel económico, que reside en una ciudad contaminada por ruido y smog y que además padece estrés por las exigencias laborales, tiene un nivel de vida alto pero una baja calidad de vida. Derechos y responsabilidades y ecológicas.

El nivel de vida, en esencia, es el bienestar que un individuo, como integrante de un grupo, aspira o puede llegar a aspirar. Para ello no solamente nos centramos en los bienes materiales que dicho individuo acapara a lo largo de su vida, sino también en los bienes y servicios públicos que provee el estado, como gestor de la circunscripción administrativa dónde este resida.

El Estado en su objetivo de persecución de un buen nivel de vida para sus conciudadanos, al menos en teoría, debería velar por la calidad de vida, las oportunidades, así como el bienestar de los habitantes de un territorio aumente con el paso del tiempo. Cuidando que las diferencias de renta no se acrecienten, es decir, evitando que los ricos sean cada vez más ricos, y que aquéllos poseen menos recursos sean cada vez más pobres.

3.3.2 Como se mide el nivel de vida

El programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD), establece diversas métricas para evaluar el nivel de vida de los habitantes de un territorio, las más importantes son (PNUD, 2010):

- a) **Índice de desarrollo humano:** es un indicador social y estadístico que se basa en el análisis de tres parámetros:
 - Una vida larga y saludable, midiendo la esperanza de vida al nacer
 - Nivel educativo, estudiando la tasa de alfabetización de los adultos, y la tasa de matriculación en las distintas etapas del sistema educativo (primaria, secundaria y educación superior)
 - Cuantificación de un nivel de vida digno, medido a través del Producto Interior Bruto (PIB), o en términos de la Paridad del Poder Adquisitivo (PPA), en dólares estadounidenses, para así poder establecer comparaciones.
- b) **Índice de pobreza multidimensional:** (IPM o MPI, Multidimensional Poverty Index): que sustituye al índice de pobreza humana, y que analiza la ponderación de 10 aspectos que envuelven a tres importantes facetas del ser humano, como son: la educación, la asistencia sanitaria, y la calidad de vida.
- c) **La disponibilidad de servicios médicos por habitante:** como aproximación de qué nivel de acceso tiene la población a este tipo de servicios básicos.
- d) **Abastecimiento de agua y calidad del medio ambiente:** medido como la disponibilidad de estos recursos en calidad y cantidad suficientes.
- e) **Coefficiente de Gini:** para medir las diferencias en el reparto de la riqueza dentro de un país.
- f) **Producto Interno Bruto (PIB):** algunos consideran a la producción nacional como una de las métricas más importantes, aunque si analizamos las anteriores podemos entender que tiene muchas carencias.

3.3.3. Determinantes del nivel de vida

Las oportunidades para que una persona se desenvuelva como ser humano dependen de varias acciones o transformaciones físicas e intelectuales al alcance del individuo. Actos posibles como evitar las inclemencias del tiempo y el dolor, leer y escribir, participar en una actividad productiva o transitar con seguridad de un lugar a otro, conforman sus capacidades y las características que adquiere la persona, como estar bien nutrido y saludable (PNUD, 2010).

Generar el conjunto de logros potenciales para una persona depende de las particularidades del individuo y de su entorno e implica costos. Así, enfrentar el frío extremo sin enfermarse o perecer, depende de la constitución física de la persona, de las ventajas o adversidades que dé el ambiente circundante, de los mecanismos de protección que brinde la sociedad en que se vive y de los medios que se tengan para contar con un lugar para resguardarse y ropa para cobijarse.

Cada individuo convierte los bienes que consume en posibilidades de funcionar como ser humano de forma diferente, de manera que un monto dado de ingreso o riqueza puede conducir a niveles de vida muy distintos.

De acuerdo con lo establecido por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo conocido como (PNUD), existen varias métricas que permiten evaluar el nivel de vida de los pobladores de una determinada región:

a) Salud

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, no solamente la ausencia de enfermedad o dolencia, según la definición presentada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su constitución aprobada en 1948. Este concepto se amplía a: «La salud es un estado de bienestar físico, mental y social, con capacidad de funcionamiento, y no sólo la ausencia de afecciones o enfermedades». También puede definirse como el nivel de eficacia funcional o metabólica de un organismo tanto a nivel micro (celular) como a nivel macro (social) (Laguna & Padilla, 2018).

Dentro del contexto de la promoción de la salud, la salud ha sido considerada no como un estado abstracto, sino como un medio para llegar a un fin, como un recurso que permite a las personas llevar una vida individual, social y económicamente productiva. La salud es un recurso para la vida diaria. Se trata de un concepto positivo que acentúa los recursos sociales y personales, así como las aptitudes físicas.

b) Educación

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores. La educación es un punto importante a la hora de hablar de desarrollo, todas las naciones han invertido en una educación complementaria, Es decir una educación que lleva de la mano el desarrollo tecnológico con el desarrollo de habilidades que permitan y tener buena calidad de vida (Álvarez, 2017).

La educación es la formación práctica y metodológica que se le da a una persona en vías de desarrollo y crecimiento, es un proceso mediante el cual al individuo se le suministran herramientas y conocimientos esenciales para ponerlos en práctica en la vida cotidiana.

La educación de una persona comienza desde su infancia, al ingresar a institutos escuelas o colegios en donde una persona previamente estudiada y educada implantara en él valores éticos y culturales (Rocha, 2014).

La educación es lo que nos hace humanos, gracias a ella hemos aprendido a comunicarnos, expresar lo que sentimos y pensamos, a lo largo del tiempo el método de enseñanza a cambiado poco a poco para lograr convertirse en un modo más rápido de lograr un correcto aprendizaje; sin embargo, el objetivo es el mismo aprender. Gracias a la existencia de la educación en nuestra sociedad los seres humanos son capaces de debatir entre sí, todos tenemos un criterio diferente el cual se forja a través de nuestro aprendizaje diario (Ágredo, 2017).

La educación es un importante motor del desarrollo, así como uno de los instrumentos más eficaces para reducir la pobreza y mejorar la salud, y lograr la igualdad de género, la paz y la estabilidad. Si bien se han registrado avances notables durante la última década. Existen cada vez más evidencias de que lo que genera crecimiento y prepara a las personas para el trabajo y la vida son las capacidades adquiridas en la escuela. Sin aprendizaje, la educación no alcanza a cumplir la promesa de ser un elemento central que permite eliminar la pobreza e impulsar la prosperidad compartida. La escolarización sin aprendizaje no es solo una oportunidad desaprovechada, sino también una injusticia para los niños que más la necesitan (Laguna & Padilla, 2018).

Una sociedad que desea salir de la pobreza debe tener a la educación como uno de los ideales más importantes, es así como nuestro futuro lo creamos con nuestros actos, la educación es un medio que impulsa la movilidad social, gracias a la educación se puede acceder a desempeñarse en el ámbito laboral con un mejor ingreso para sus familias el mismo que amplía su nivel de vida. El acto de educar tiene como primicia implícita de salida creencia de que toda la condición humana es mejorable, entre otras formas mediante la educación, basada está en la capacidad de los alumnos para aprender nuevas habilidades y destrezas (Castro, 2013).

Principal Indicador de Educación: Llevar una educación con calidad y mayor cobertura en la educación por la batalla del sexto y noveno grado en todas las comunidades y llevar el programa amor para los más chiquitos en el área rural.

c) Vivienda

La vivienda se entiende no sólo como la unidad que acoge a la familia, sino que es un sistema integrado además por el terreno, la infraestructura de urbanización y de servicios, y el equipamiento social comunitario dentro de un contexto cultural, socio-económico, político, físico-ambiental (Haramoto, 1998).

La vivienda es un elemento fundamental para garantizar la dignidad humana. En ella no sólo se desarrolla la vida privada de las personas, sino también es un espacio de reunión, de convivencia, protección y cuidado de las familias y comunidades. En una palabra, es una necesidad básica de la condición humana.

La jurisprudencia nacional e internacional considera el acceso a la vivienda como un derecho humano de primera importancia. Pero en países como el nuestro, la posibilidad de acceder a la propiedad de una vivienda digna, sigue siendo uno de los principales problemas que afectan a miles de familias, cuyos ingresos son bajos y su capacidad de ahorro nula, debido a este problema las familias pobres se ven obligadas asentarse en zonas alejadas, carentes de servicios básicos y en viviendas precarias

La vivienda es uno de los componentes importantes del nivel de vida de la población, y su satisfacción constituye un elemento central para cualquier gobierno, ya que su calidad incide en el estado de salud de sus habitantes.

Dentro de este componente se encuentran los siguientes indicadores relacionados a características adecuadas de las viviendas (Ayala, 2017).

- **Hacinamiento**

El hacinamiento refiere a la relación entre el número de personas en una vivienda o casa y el espacio o número de cuartos disponibles. La idea del hacinamiento depende de un juicio normativo acerca de los niveles apropiados de ocupación, densidad y privacidad. Las normas que se aplican varían considerablemente entre sociedades diferentes (ONU, 2005).

La ocupación se determina a partir de identificar el número de personas por unidad de alojamiento.

La densidad se determina en referencia al espacio (personas por metro cuadrado) o la ocupación por habitación (personas por habitación).

- **Tenencia de la vivienda**

Es la forma en la que el hogar principal ejerce la posesión de la vivienda, investigar el régimen de tenencia de la vivienda, investigar el régimen de la tenencia de la vivienda, como variable de interés social, contribuye a un mejor conocimiento de la situación habitacional de los hogares y por ende el estatus de sus ocupantes.

- **Vivienda adecuada/ inadecuada**

Se refiere a establecer el nivel de calidad de la vivienda (adecuado/inadecuado) en relación a los materiales con que se han construido las paredes, techo y piso de la vivienda (INIDE, 2017).

d) Empleo y condiciones de trabajo

Se denomina empleo al trabajo que se realiza bajo un contrato formal o informal, y por el cual la persona recibe una remuneración económica o un salario (en algunas partes también se le llama sueldo). Este empleo supone dos partes: la persona que trabaja, el trabajador que ha sido contratado, al cual se lo llama empleado, y la persona que lo ha contratado o persona contratante, a la cual se la denomina empleador. Como decíamos el empleo puede ser formal o informal, y a este último en general se le conoce como “trabajo en negro”, pues el empleado sólo recibe su retribución económica pero no otros derechos laborales como vacaciones pagas, sueldo anual complementario (aguinaldo), aportes a la seguridad social, asociación a un servicio de salud u obra social, representación bajo un gremio o sindicato, etc. (Lanuza, 2015).

El empleo y las condiciones de trabajo están estrechamente relacionados entre sí, por lo cual es muy cómodo examinarlos como un solo componente. En consecuencia, se recomienda que en este componente se incluyan los siguientes indicadores prioritarios (Machado & Blandon, 2016):

- Proporción de personas desocupadas en el total de la fuerza de trabajo.
- Salarios reales relativos. Un aspecto importante son los salarios reales como indicador del nivel de vida de los trabajadores. A este respecto, hace poco que viene insistiéndose en la necesidad de sistematizar los datos relativos a los salarios. Por sí solos, los salarios básicos significan poco, ya que a menudo expresan cifras mínimas basadas en el horario normal de trabajo, y difieren en mayor o menor grado de los ingresos reales; en muchos países las prestaciones adicionales, que son calculadas aparte de la remuneración por trabajo hecho, han llegado a representar una proporción tan elevada de la suma total pagada a los trabajadores por sus empleadores, que el omitirlas inutiliza las comparaciones de salarios entre unos países y otros.

e) Ingresos

Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, una venta, etc.) (Castillo & Hudiel, 2015).

El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad. Por ejemplo, el ingreso que recibe un trabajador asalariado por su trabajo es el salario. Si ésta es la única actividad remunerada que hizo la persona durante un periodo, el salario será su ingreso total. Por el contrario, si esta persona, además de su salario, arrienda un apartamento de su propiedad a un amigo, el dinero que le paga el amigo por el arriendo también es un ingreso. En este último caso, el salario más el dinero del arrendamiento constituyen el ingreso total. Los ingresos pueden ser utilizados para satisfacer las necesidades.

- **Tipos de Ingresos**

Los ingresos pueden clasificarse en ordinarios y extraordinarios.

Los ingresos ordinarios: son aquellos que se obtienen de forma habitual y consuetudinaria; por ejemplo, el salario de un trabajador que se ocupa en un trabajo estable, o las ventas de una empresa a un cliente que compra periódicamente o de forma habitual.

Los ingresos extraordinarios: son aquellos que provienen de acontecimientos especiales; por ejemplo, un negocio inesperado por parte de una persona o una emisión de bonos por parte de un gobierno.

- **Salarios**

Es la contra prestación satisfecha por el empresario al trabajador a cambio de la actividad laboral desarrollada, siendo igual a la cantidad de dinero que recibe una persona por un servicio o trabajo en una jornada laboral.

El salario es el pago que recibe de forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio de cierta actividad productiva. El empleado recibe un salario a cambio de poner su trabajo a disposición del empleador, siendo éstas las obligaciones principales de su relación contractual. Cuando los pagos son efectuados en forma diaria, recibe el nombre de jornal (de jornada). Si es entre las 12 será jornal matinal y si es pasadas las 12 será diurnos.

- **Importancia del salario**

El salario constituye el centro de las relaciones de intercambio entre las personas y las organizaciones. Todas las personas dentro de las organizaciones ofrecen su tiempo y su fuerza y a cambio reciben dinero, lo cual representa el intercambio de una equivalencia entre derechos y responsabilidades recíprocas entre el empleado y el empleador.

El salario para las personas los salarios representan una de las complejas transacciones, ya que cuando una persona acepta un cargo, se compromete a una rutina diaria, a un patrón de actividades y una amplia gama de relaciones interpersonales dentro de una organización, por lo cual recibe un salario. Así, a cambio de este elemento simbólico intercambiable, el dinero, el hombre es capaz de empeñar gran parte de sí mismo, de su esfuerzo y de su vida.

El salario para las organizaciones, para las organizaciones los salarios son a la vez un costo y una inversión. Costo, Porque los salarios se reflejan en el costo del producto o del servicio final. Inversión, porque representa aplicación de dinero en un factor de producción. El trabajo como un intento por conseguir un retorno mayor.

La participación de los salarios en el valor del producto depende, obviamente del ramo de actividad de la organización. Cuanto más automatizada sea la producción (tecnología de capital intensiva), menor será la participación de los salarios y los costos de producción.

En cualquiera de estos dos casos, los salarios siempre representan para la empresa un respetable volumen de dinero que debe ser muy bien administrado.

- **Clasificación del salario**

Salario Nominal. Representa el volumen de dinero asignado en contrato individual por el cargo ocupado. En una economía inflacionaria, si el salario nominal no es actualizado periódicamente, sufre erosión (no puede soportar todas las necesidades del trabajador).

Salario Real. Representa la cantidad de bienes que el empleado puede adquirir con aquel volumen de dinero y corresponde al poder adquisitivo, es decir, el poder de compra o la cantidad de productos o servicios que puede adquirir con el salario. De este modo, la sola reposición del valor real no significa aumento salarial: «El salario nominal es alterado para proporcionar salario real equivalente en el anterior», de aquí proviene la distinción entre reajuste del salario (reposición del salario real) y el aumento real del salario (crecimiento del salario real).

IV. Hipótesis

4.1. Planteamiento de Hipótesis

La producción y comercialización de guayaba taiwanesa tiene gran importancia económica en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia.

4.2. Variables

Variable Independiente	Variable Dependiente
Producción y comercialización de guayaba taiwanesa	Nivel de vida
Unidad de Análisis	Productores de guayaba taiwanesa

4.3. Cuadro de Operacionalización de Variables

Variable	Concepto	Indicadores	Fuentes de Información	Técnica o Instrumento
Producción	La producción es un proceso cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de las familias (unidades básicas de consumo) mediante la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de unos factores de producción (recursos naturales, trabajo, capital) empleados por las empresas (unidades básicas de	-Tipos de Producción -Función de Producción -Proceso de Producción -Recursos para el proceso de producción	-Productores de Guayaba del municipio de La Concordia	-Investigación Documental -Encuesta -Guía de Observación

	producción) (Penalonga, 2004).			
Comercialización	La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio, logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman (Reyes, 2010).	-Funciones de la Comercialización -Proceso de Comercialización -Canales de Comercialización -Intermediarios en la Comercialización -Estrategias de Comercialización	-Productores de Guayaba del municipio de La Concordia	-Investigación Documental -Encuesta -Guía de Observación
Nivel de vida	El concepto nivel de vida, por lo tanto, se refiere a un grado de confort material que un individuo o un grupo social logra obtener o aspira a conseguir. La noción incluye tanto los productos y servicios que son adquiridos a nivel individual como a	-Educación -Salud -Vivienda -Empleo -Ingresos	-Productores de Guayaba del municipio de La Concordia	-Investigación Documental -Encuesta -Guía de Observación

	los bienes y servicios consumidos de forma colectiva y a aquellos provistos por el estado (Laguna & Padilla, 2018).			
--	---	--	--	--

V. Diseño Metodológico

En el siguiente capítulo se detalla el proceso metodológico que se seguirá para realizar la investigación tales como el tipo de investigación asumida, el tipo de estudio, universo, muestra y unidad de análisis, técnicas de recolección de datos y etapas de la investigación, que son de gran importancia para la recolección de datos de la misma.

5.1. Tipo de Investigación

5.1.1. Paradigmas

Es el conjunto de elementos lingüísticos que pueden ocurrir en el mismo contexto o entorno. Los elementos son reemplazados por otros que van a ocupar la misma posición (Bannock, Baxter, & Rees, 1998).

Un paradigma, es el conjunto de ideas, creencias, argumentos que construyen una forma para explicar la realidad. Los paradigmas no son únicos ni universales y dependen de la forma en que cada persona lo construye (Jean, 2019).

En esta investigación se refleja el paradigma positivista ya que se realiza un análisis de variables cuantitativas, en el cual se brinda por medio de la recolección de datos y el análisis lógico del mismo

5.1.2. Según el carácter de medición

La técnica cuantitativa pretende cuantificar los resultados de una investigación. Es una técnica estadísticamente representativa, ya que para aplicarla se requiere un gran número de personas; para ello es necesario utilizar el muestreo estadístico (Merino, Pintado, Sánchez, & Grande, 2010).

Es un adjetivo que refiere a la naturaleza numérica de datos, métodos, investigaciones y resultados. Tiene relación directa con cantidad, por lo tanto, sus variables son siempre medibles (Coelho, 2015).

Es de carácter cuantitativa porque se centra fundamentalmente en aspectos observables y medibles de las variables y sirve de pruebas estadísticas para el análisis de los datos recolectados.

5.1.3. Método de análisis y de síntesis

Es un método analítico que consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual (Análisis), y la reunión racional de elementos dispersos para estudiarlos en su totalidad (Síntesis) (Muñoz, 1998).

Se refiere a dos actividades complementarias en el estudio de realidades complejas. El análisis consiste en la separación de las partes de esas realidades hasta llegar a conocer a sus elementos fundamentales y las relaciones que existen entre ellos. La síntesis por otro lado, se refiere a la composición de un todo por reunión de sus partes o elementos (Duarte, 2004).

Se utilizó este método, porque permite estudiar los fenómenos en cada una de sus partes hasta llevarlo al nivel de detalle, a la vez permite hacer una síntesis de la relación lógica entre la variable independiente y la dependiente.

5.2. Tipo de Estudio

5.2.1. Según el uso de conocimiento

La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, donde, cuando, como, y por qué del sujeto de estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo explica perfectamente a una organización el consumidor, objetos, conceptos y cuentas (Namakforoosh, 2000).

La finalidad de la investigación descriptiva, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables (Meyer, 2006).

El tipo de investigación a la que pertenece este trabajo es de carácter descriptiva-cuantitativa, porque se analizan los efectos producidos por las variables independientes, en este caso, producción y comercialización de guayaba taiwanesa, ante la variable dependiente, nivel de vida.

5.2.2. Según la finalidad de la investigación

La Investigación aplicada tiene por objetivo resolver un determinado problema o planteamiento específico, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento

para su aplicación y, por ende, para el enriquecimiento del desarrollo cultural y científico (Paredes, 2018).

Es una investigación aplicada ya que se caracteriza por buscar la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, e incrementar los conocimientos científicos, su propósito es obtener generalizaciones cada vez mayores; ya sea hipótesis, leyes, teorías entre otros.

5.3. Universo, muestra y unidad de análisis

5.3.1. Universo

El universo es la totalidad de elementos o características que conforman el ámbito de un estudio o investigación (Gonzalez, 2015).

El universo de estudio de investigación está conformado por 15 productores, los cuales cuentan con trabajadores y clientes de guayaba taiwanesa producida en el municipio de La Concordia-Jinotega y en sus distintas comunidades, según datos obtenidos a través del INTA.

5.3.2. Muestra

La muestra es un subconjunto cualquiera de la población. Para que la muestra sirva para extraer conclusiones sobre la población debe ser representativa, lo que se consigue seleccionando sus elementos al azar, lo que da lugar a una muestra aleatoria. (Gonzalez, 2015)

Para una investigación cuantitativa con un universo conformado por 14 productores de guayaba taiwanesa, se obtuvieron los datos para determinar la cantidad de productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia, que serán la muestra a la que se aplicará las técnicas de recopilación de datos.

a) Tipo de muestreo

Muestreo no probabilístico

Es una técnica de muestreo donde la muestra se recoge en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

El tipo de muestreo de investigación es no probabilístico, porque se implementará una muestra más pequeña, en comparación con el tamaño de muestra predeterminado. La muestra de investigación está conformada por 30 productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia, con una confianza del 95% y un error estándar de 0.05.

b) Criterios de selección

- Colaborar voluntariamente con el estudio de investigación
-
- Productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia-Jinotega.

5.4 Técnicas de recolección de datos

Para cumplir con los objetivos planteados en la investigación se hará uso de técnicas para la recopilación de información conocidas como: encuesta y guía de observación.

5.4.1. Encuesta

La encuesta es un método que se realiza por medio de técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos. Tanto para entender como para justificar la conveniencia y utilidad de la encuesta es necesario aclarar que, en un proceso de investigación, en principio, el recurso básico que nos auxilia para conocer nuestro objeto de estudio es la observación, la cual permite la apreciación empírica de las características y el comportamiento de lo que se investiga (García, 2005).

Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes (Ucha, 2008).

Se aplicó la encuesta a productores de guayaba taiwanesa del municipio de la concordia, porque es una investigación descriptiva-cuantitativa, en la que se recopilara datos mediante un cuestionario dirigido a una muestra representativa.

5.4.2. Guía de observación

Es una lista de puntos importantes que son observados para realizar una evaluación de acuerdo a los temas que se estén analizando. Para que una investigación se lleve a cabo satisfactoriamente se requiere entender la raíz del problema o situación estudiada y esta guía facilita esa función (Perez & Merino, 2014).

Cumple dos propósitos fundamentales, el primero les recuerda a las personas los puntos clave y la relación que puedan llegar a tener con otros temas y el segundo es que sirve como una base para realizar una reflexión sobre el papel que tomó el observador, ya sea si tuvo aportaciones a su trabajo o si afectó en algo las observaciones.

5.5. Etapas de la investigación

5.5.1. Investigación Documental

En esta etapa de la investigación se procedió a recolectar la información requerida por el objeto en estudio, haciendo uso de fuentes primarias: documentales como libros, bibliotecas, tesis universitarias, internet, entre otras. Posteriormente, y teniendo en cuenta los principales planteamientos, argumentos y variables se procedió a conceptualizar en el marco teórico categorías económicas donde, además para la elaboración del marco teórico se inició con una revisión documental donde se identificó, se extrajo y recopiló la información existente sobre el tema. En el diseño metodológico se trabajó tomando en cuenta: el tipo de investigación que se seguiría, la elección de la metodología concreta, es decir cuantitativa.

5.5.2. Elaboración de los instrumentos

En esta etapa se elaboró la encuesta y guía de observación con preguntas predominantes la cuál será aplicada a los productores del municipio de La Concordia con en el objetivo de obtener información relevante para cumplir con los objetivos de la investigación.

5.5.3. Trabajo de campo

Se realizó la aplicación de la encuesta a los productores del municipio de La Concordia, donde se visitó a dichos productores durante el segundo semestre del año 2019, lo cual permitió la obtención de información necesaria para cumplir los propósitos de la investigación.

5.5.4. Elaboración de informe

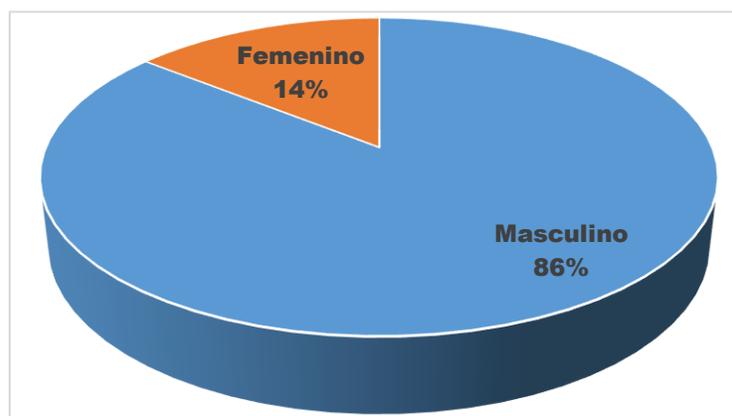
En esta etapa se procesaron todos los datos obtenidos mediante la encuesta y la guía de observación realizada a los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia, con la información obtenida se procedió a la elaboración del informe final, en base a los objetivos de la investigación.

VI. Resultados

6.1. Caracterización y nivel de Vida de los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia-Jinotega

Para identificar el nivel de vida de los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia, son tomados en cuenta los datos demográficos, los cuales nos permiten obtener información referente a los aspectos generales de los productores, tales como el sexo, la edad, nivel académico, el estado civil y la conformación del núcleo familiar.

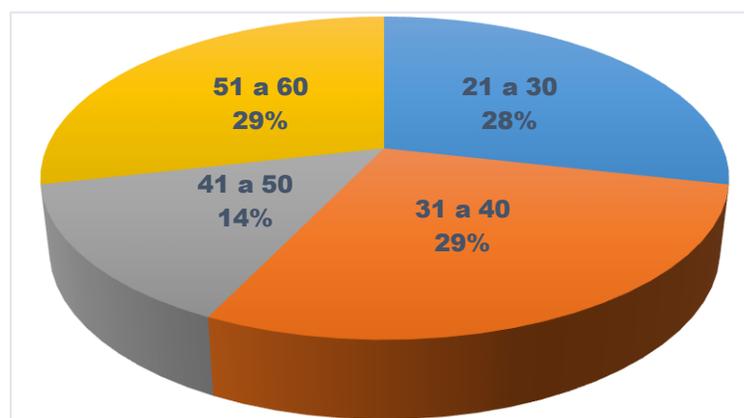
Gráfico No. 1: Sexo



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Los resultados reflejan que, en relación al género, el porcentaje más alto corresponde al sexo masculino con el 86%, y el sexo femenino con 14%. De los 14 productores de guayaba del municipio de La Concordia, 12 son hombres y 2 son mujeres, lo que indica que este rubro lo desempeñan mayormente los hombres.

Gráfico No. 2: Edad

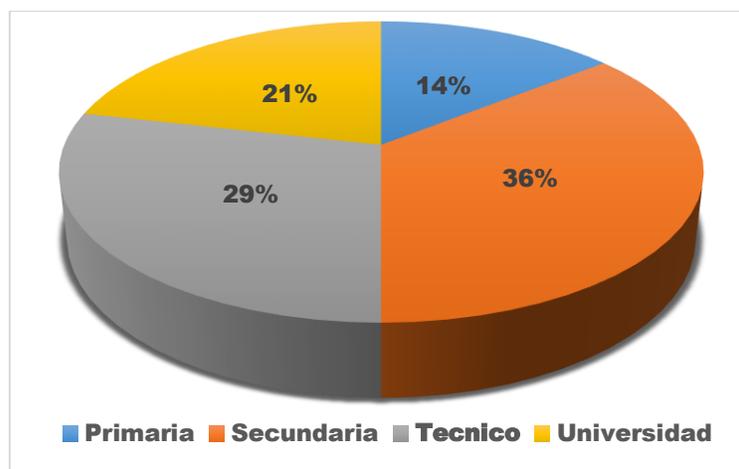


Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

En el gráfico se observa que las edades más prevalentes oscilan entre 51 a 60 años con el 29%, de igual forma prevalecen las edades de 31 a 40 años ocupando también el 29%, seguido las edades de 21 a 30 años con el 28% y un mínimo de 14% en las edades de 41 a 50 años.

La mayoría de los productores son jóvenes, esto resulta ser una ventaja para las familias de dichos productores, ya que indica que el 71% de estos están en edad de trabajar

Gráfico No. 3: Nivel académico



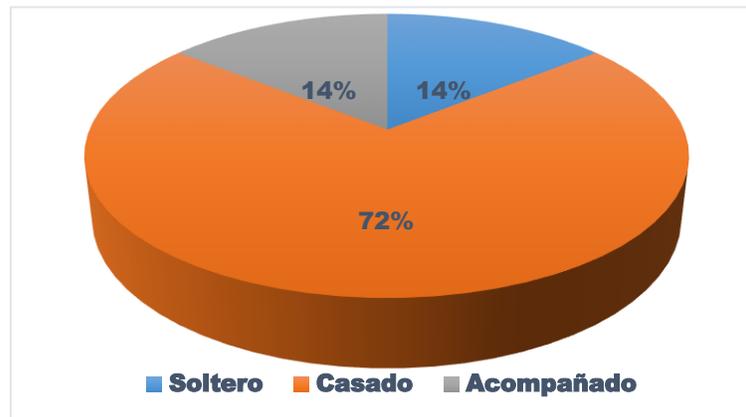
Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

La educación es uno de los factores que más influye en el avance y progreso de personas y sociedades, es por ello que al evaluar el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia se tomó en cuenta el nivel de escolaridad de los jefes de hogar.

El nivel educativo es de suma importancia para el rango de bienestar económico, tanto en el nivel personal como en el general, ya que existe una estrecha relación entre educación e ingreso, lo que por lo general significa que a mayor educación que tenga el jefe de familia, serán mayores los niveles de ingresos del hogar.

Los resultados anteriores reflejan que el 36% de los encuestados tienen un nivel académico de secundaria, el 29% de los productores cuentan con un nivel de educación técnica, el 21% culminaron su formación profesional y el 14 % terminaron la primaria.

Gráfico No. 4: Estado Civil

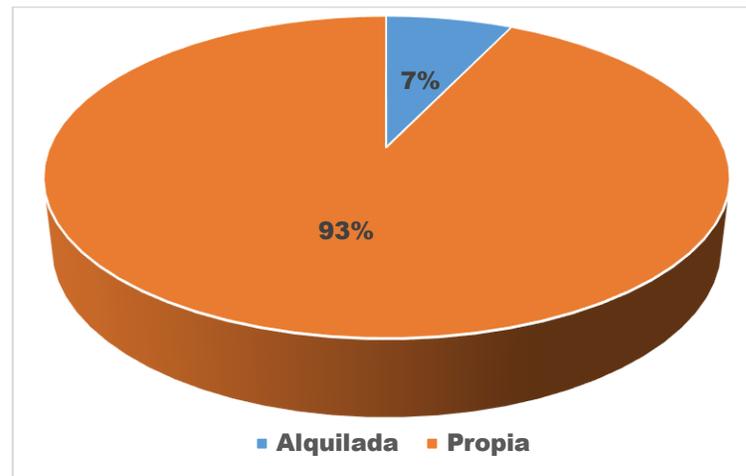


Fuente: Elaboración propia con base a encuestas



El gráfico número 4, comprende el estado conyugal de las personas encuestadas, es un aspecto importante en las familias ya que determinan las condiciones socioeconómicas de cada familia, el cual nos muestra que el 72% de los productores se encuentran casados, el 14% se encuentran en unión estable, y un mismo porcentaje están soltero comprendiendo el 14%. Estas cifras indican que la mayoría de los hogares cuentan con la presencia del padre y de la madre, siendo esto una ventaja tanto en el ámbito económico y social.

Gráfico No. 5: Vivienda en la que habita

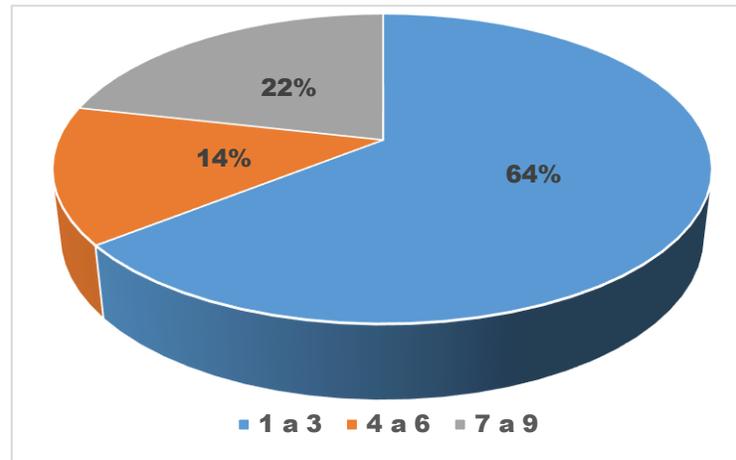


Fuente: Elaboración propia con base a encuestas



Este gráfico muestra que un 93% de los productores disponen de una casa propia lo que indica que la mayoría de los 14 productores encuestados del municipio de La Concordia cuentan con una casa segura que garantiza la protección física de sus miembros, por otro lado, el 7%, representa aquellas familias que no cuentan con una casa propia por lo cual deben disponer mensualmente de un dinero para el pago del arriendo.

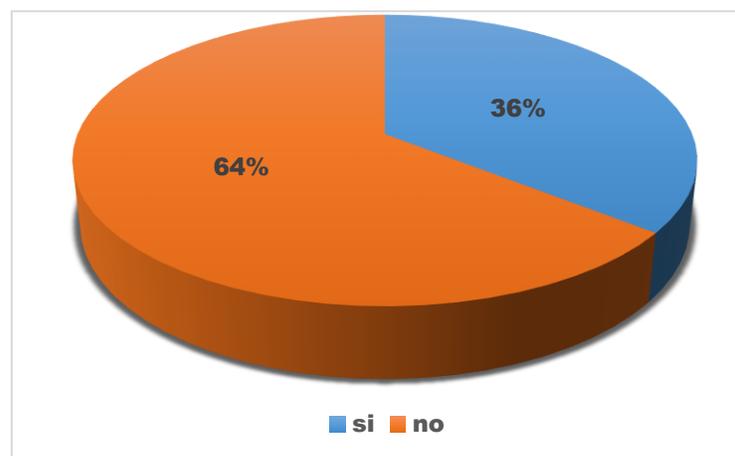
Gráfico No. 6: ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

El número de miembros que existe en el hogar, también representa un factor importante en la economía de los productores es por eso la necesidad de analizar la composición de las personas que dependen económicamente de los productores, los datos obtenidos sobre el número de miembros, resaltan en primera instancia que el 64% existen de 1 a 3 miembros en el hogar seguidamente del 22% que equivale de 7 a 9 personas y el 14% de 4 a 6.

Gráfico No.7. ¿Su familia cuenta con un seguro de salud?



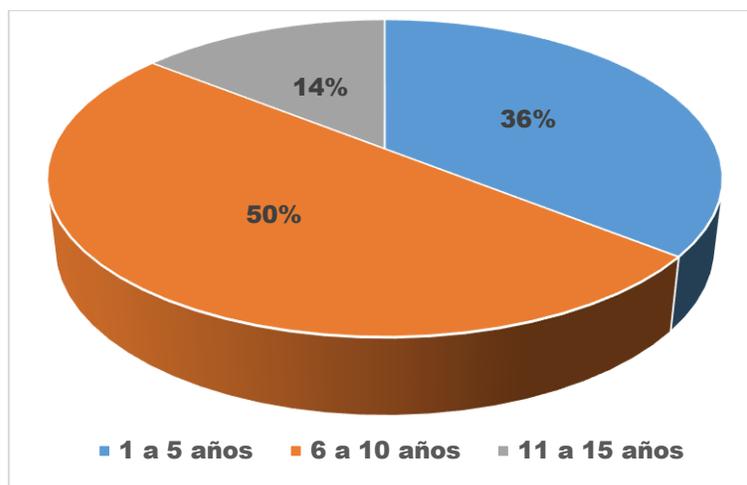
Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

La seguridad social, se refiere principalmente a un campo de bienestar social relacionado con la protección social o cobertura de las necesidades reconocidas socialmente como la salud, la vejez y las discapacidades.



El gráfico refleja que el 64% de los jefes del hogar no cuentan con un seguro social, sin embargo el 36% de los productores si cuentan con un seguro de salud, esto debido a que sus familias tienen un trabajo formal que les garantiza la protección en caso de presentar algún tipo de enfermedad.

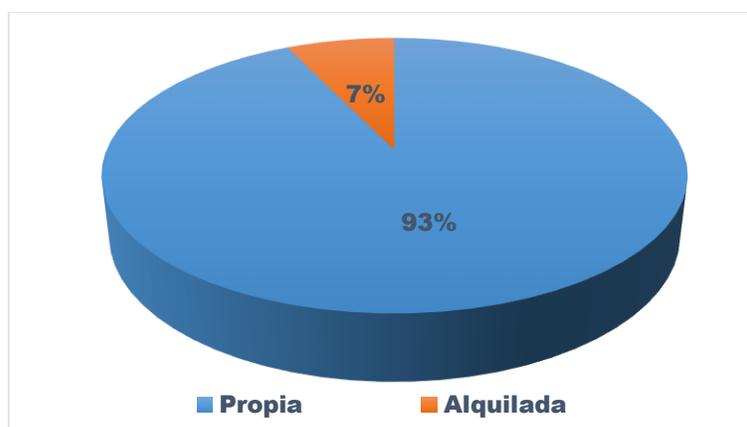
Gráfico No. 8: ¿Hace cuánto tiempo produce guayaba?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

En la gráfica número 8, se puede apreciar los diferentes años que los encuestados tienen de producir guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia, este es un aspecto muy importante que determina las condiciones socioeconómicas de cada productor y su familia, dicho gráfico nos muestra que el 50% tiene de 6 a 10 años de producir mientras que el 36% de 1 a 5 años y el 14% con un rango de 11 a 15 años.

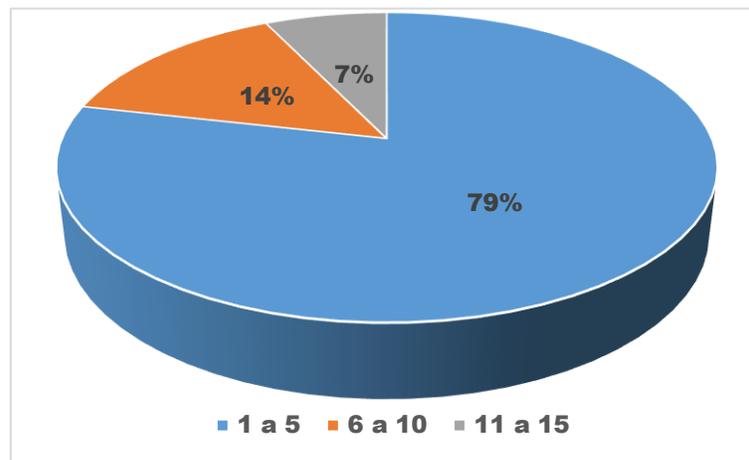
Gráfico No. 9: ¿Cuál es el estatus de la tierra que cultiva?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Al analizar el estatus de la tierra esta nos da como resultado que un 93% de los productores son de tendencia propia es decir que el terreno que cultivan es propio por otro lado el 7% restantes representa aquellos productores que alquilan tierras para poder cultivar, lo que representa una desventaja para los productores.

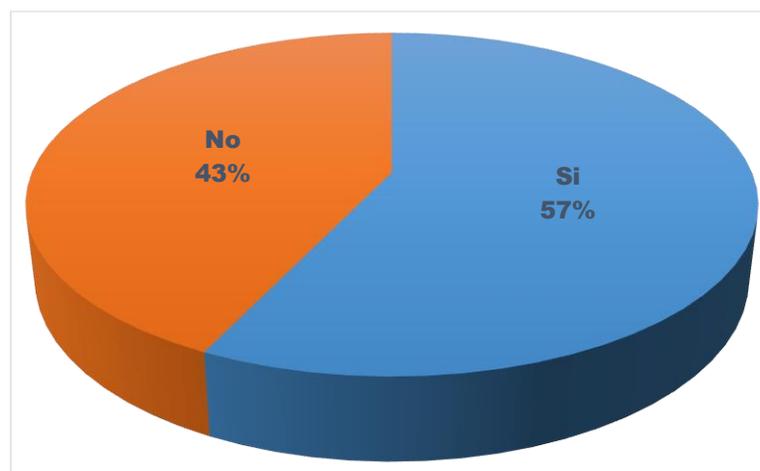
Gráfico No. 10: ¿Cuántas manzanas cultiva?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

El 79% de los productores son pequeños productores que cultivan de 1 a 5 manzanas, el 14% de los medianos productores cultivan de 6 a 10 manzanas y los grandes productores de la zona cultivan de 11 a 15 manzanas esto comprende el 7% de los productores.

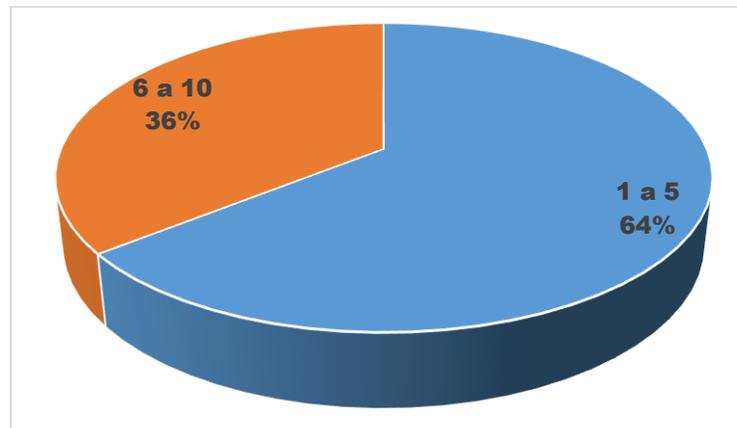
Gráfico No. 11: ¿Cuenta con un manual de funciones para el proceso productivo?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Para llevar a cabo el proceso productivo el 57% de los productores cuentan con un manual de funciones para el proceso productivo lo que les permite aprender y realizar técnicas con el fin de mejorar el cultivo de guayaba, el 43% restante todavía no disponen de un manual que les oriente como realizar el proceso productivo, afirman que lo aprendieron y lo realizan de manera empírica.

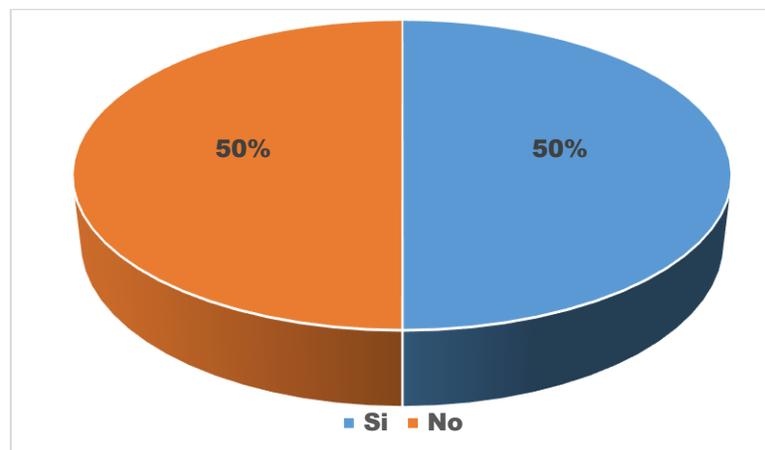
Gráfico No. 12: ¿Cuántas personas emplea permanente?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Las Fincas de los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia se han convertido en una gran fuente generadora de empleo para los habitantes de la zona, el 64% de los productores generan empleos de 1 a 5 personas, el 36% de 6 a 10 personas de manera permanente y de 1 a 10 familias temporalmente, en total los productores generan empleo a 20 personas aproximadamente en el año, lo que representa un beneficio para las familias de los trabajadores.

Gráfico No. 13: ¿Cuenta con algún documento donde los trabajadores conozcan los estándares de calidad que debe tener la producción de guayaba?



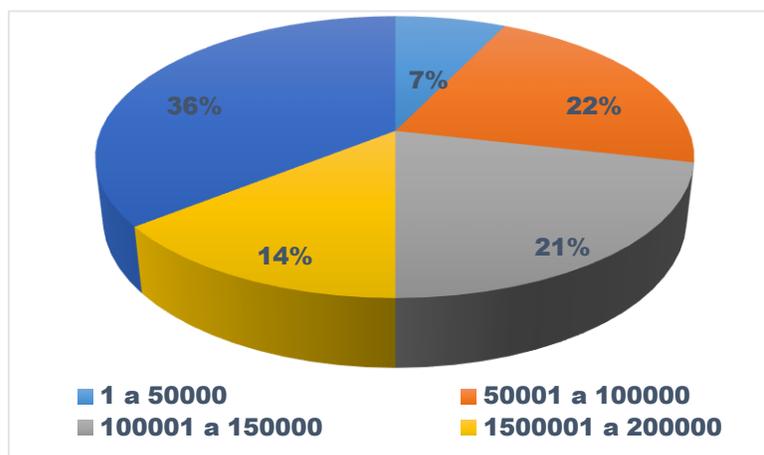
Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Para lograr una guayaba de la más alta calidad se debe llevar a cabo un proceso riguroso de clasificación, los trabajadores extraen los frutos de la planta, los que han alcanzado su estado fisiológico de madurez, luego son trasladados al área de empaque, en esta área se realiza el proceso de selección de la guayaba, separando las que tienen problemas de daños de los frutos que están en buen estado, las de mejor calidad se empacan en cajillas según el tamaño y exigencias que requiere el mercado donde se realiza la comercialización.

El 50% de los trabajadores de cada productor conocen los estándares de calidad con que debe contar el fruto, tamaño, peso, madurez, además de otros requerimientos que pide el cliente que funciona como intermediario para hacer llegar al consumidor, estos son mercados formales como supermercados entre otros, de igual forma el otro 50% restante de los trabajadores desconocen de la calidad que debe tener el fruto, esto debido a que los productores venden a mercados informales.

Por otro lado, el 100% de los encuestados aseguran que la producción de guayaba es un rubro que les permite obtener muchos beneficios, y que ha mejorado el nivel de vida de ellos y su familia, estos emprendieron con este negocio al estar desempleados y tener que sustentar a los miembros del hogar.

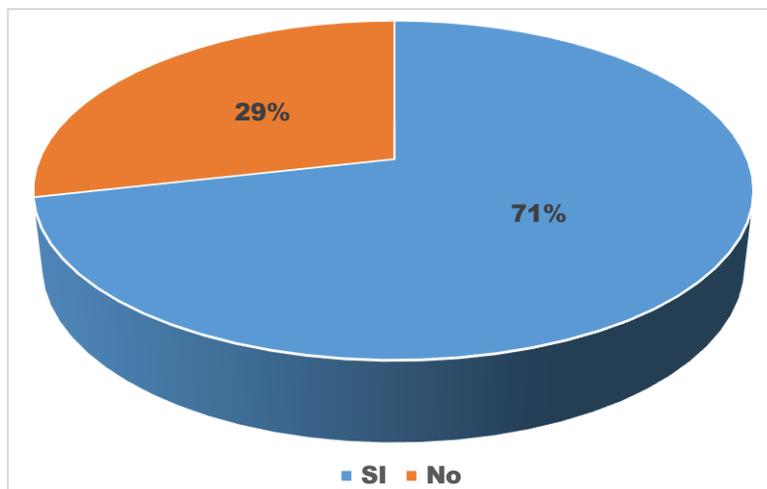
Gráfico No. 14: ¿Cuáles son sus ingresos anuales por producción?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

El ingreso más alto se concentra en el 36% de los productores encuestados, obteniendo ingresos de 200,000 córdobas a más, esto debido a las manzanas cultivadas y los años de producir este rubro, de igual forma se encuentran aquellos productores cuyos ingresos son de 50,000 a 100,000 córdobas que representa el 22%, el 21% de los productores obtienen ingresos de 100,001 a 150,000 córdobas, solo el 7% tienen ingresos de 1 a 50,000 córdobas anuales por producción, estos son productores que tienen poco tiempo de producir guayaba y que están recuperando el capital invertido en la producción.

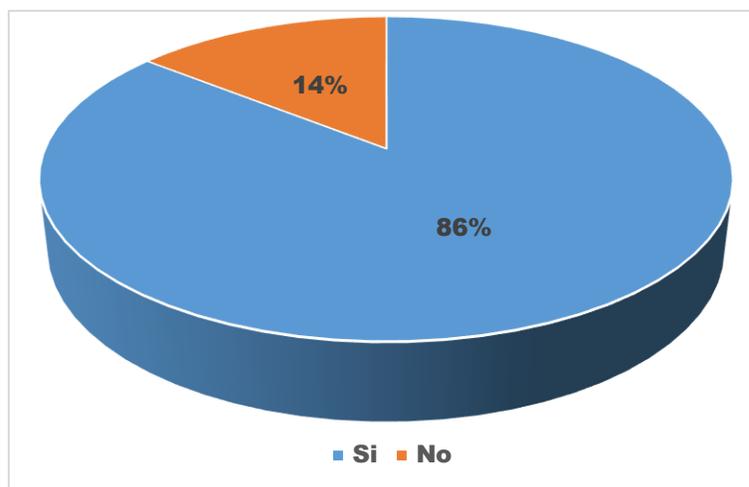
Gráfico No. 15: ¿La vivienda en la que habita ha tenido mejoras de infraestructura desde que produce guayaba?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

El 71% de los productores aseguran que su vivienda ha tenido mejoras en cuanto a infraestructura, solo el 29% restante de los mismos, afirman no haber tenido mejoras de infraestructura en la vivienda que habitan.

Gráfico No. 16: ¿Desde que produce guayaba ha adquirido algún medio de transporte?



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Resulta importante poseer un medio de transporte y tiene una relevancia extraordinaria en la sociedad porque permite la circulación de bienes y personas logrando una integración

que favorece el desarrollo es por esta circunstancia que con el paso el tiempo siempre veremos una mejora en la eficiencia en los medios de transporte.

Según las encuestas realizadas a los productores se observó que el 86% indican que han adquirido un medio de transporte desde que producen guayaba el cual les facilita para poder movilizarse y así poder comercializar su producto a un mejor precio el 14% restante no han obtenido ningún medio de transporte.

En el transcurso de los años que tienen de ser productores de guayaba han logrado además de lo anterior mencionado, con los ingresos que este rubro les genera:

- Ampliar la producción de la misma
- Compra de camiones que facilitan la comercialización del producto
- Compra de terrenos y ganado
- Implementación de calderas
- Siembra de café
- Puesto de pulperías y comercio de granos básicos
- Tiendas en el departamento de Estelí
- Auto sustento

Por otro lado, los productores que están empezando a cultivar aseguran que hasta el momento no han obtenido ningún beneficio, debido a que están recuperando el capital invertido, pero aseguran que es un negocio rentable y que en el futuro obtendrán beneficios.

6.2. Proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia-Jinotega

6.2.1. Producción

El proceso de producción de guayaba taiwanesa que manejan los productores del municipio de La Concordia es muy similar, con mínimas variaciones, en tiempos de sequía utilizan el riego por goteo. Los productores no conocen otro tipo de empaque más que el embolsado por hojas de guías telefónicas engrapadas, esto con el fin de que el fruto no se vea afectado por plagas que deterioran el producto y genera pérdidas para los productores.

El proceso de producción se realiza mediante la selección y secado de la semilla, se hacen los viveros donde se pone a germinar la semilla, el cual empieza a nacer en un periodo de 22 días aproximadamente, cuando la planta alcanza una altura de 45 cm se pasa al terreno donde será cultivada, en todo ese proceso la planta debe ser fumigada, abonada y regada.

El plantillo donde se dará la cosecha debe ser previamente preparado, se deben realizar actividades que son indispensables para la vida de cada planta y la calidad del fruto, tales como:

- Desinfectación del suelo
- Limpieza de maleza
- Hoyado
- Abono del suelo
- Siembra

Posteriormente se procede a las actividades de cultivo, tales como:

- Fumigación
- Podas
- Mantenimiento de la planta
- Eliminación del fruto deforme
- Empaque
- Corte
- Venta

Fumigación cada 8 días para las plagas y malezas, cuando la planta tiene 3 meses se puede iniciar la primera poda, abono y riego cada 7 días, limpia y eliminación del fruto deforme, en un periodo de 10 meses comienza la floración de la planta y empaque 1 mes después de la floración, a los dos meses aproximadamente el fruto está listo para ser cortado y comenzar el proceso de selección de cada fruto para ser comercializado.

El proceso de producción de la guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia antes mencionado se detalla en el flujo grama siguiente:

Figura 1. Flujo del proceso de producción



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Para garantizar un cultivo de calidad, se requiere de recursos indispensables para realizar el proceso productivo, los productores mediante las encuestas detallaron los equipos y herramientas de trabajo con las que cuentan:

Primeramente, para el Hoyado donde se sembrará las plantas de guayaba cuentan con:

- Piocha
- Barra
- Palas

Posteriormente para el mantenimiento de la planta:

- Motor de riego
- Abono orgánico
- Bombas y productos químicos (Urea y Foliar a base de boro, calcio, zinc, y magnesio)

Para el control de maleza: se dispone de machetes y azadones

El proceso de empaque lo realizan con bolsas elaboradas con guías telefónicas, engrapadoras y grapas para sellar la bolsa de empaque, para la venta disponen de cajillas y medios de transporte.

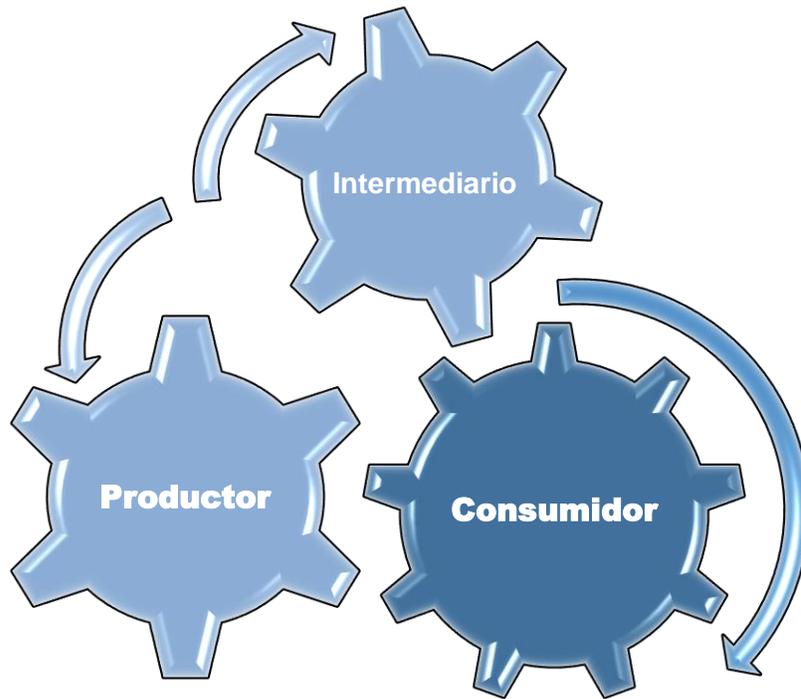
1.2. Comercialización

El proceso de comercialización que los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia utilizan es ofrecer el producto mediante ferias y entrevista que se realizan en la localidad, este ha sido un buen medio para dar a conocer este fruto, el máximo productor de guayaba en el municipio tiene contratos con Hortifruti y otros departamentos como Chinandega, León, Jinotega y Managua, el proceso de entrega del producto lo hace de manera directa, los clientes realizan los pedidos mediante llamadas telefónicas al productor y él entrega en camiones hasta el lugar donde solicite el cliente, este proceso lo realizan también los productores que cuentan con medios de transporte.

Los productores que todavía no cuentan con un medio de transporte para distribuir su mercancía, los clientes llegan hasta el plantillo de los productores donde los compradores asisten de manera directa y obtienen el producto, la guayaba taiwanesa también se comercializa en pequeños negocios a la orilla de la carretera panamericana, que conecta el departamento de Estelí y Jinotega, los productores venden la guayaba a mujeres que ofrecen la fruta en casetas que ellas mismas elaboran, o directamente el productor vende al consumidor.

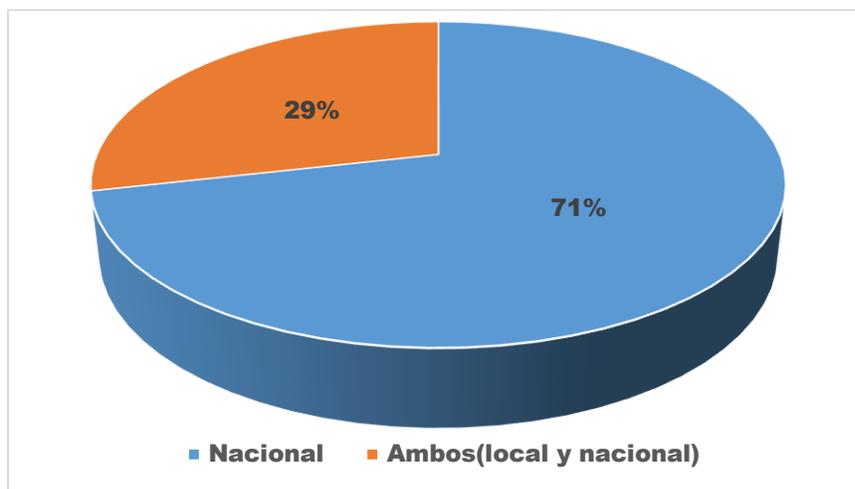
El siguiente flujo muestra el proceso de comercialización de los productores del municipio de La Concordia.

Figura 2: Flujo del Proceso de Comercialización de guayaba taiwanesa



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

Gráfico No. 17: Mercado donde Comercializa



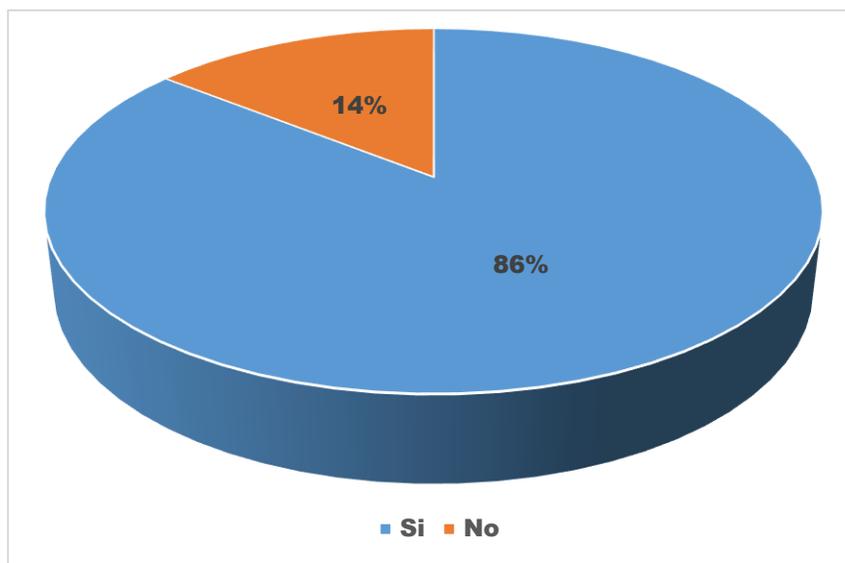
Elaboración propia con base a encuestas

El 71% de los 14 productores, afirmaron mediante encuesta que el mercado donde comercializan más su producto es en el mercado nacional, es decir, que no venden su producto en el municipio de La concordia, sin embargo, el 29% de los productores ofrecen su producto en el mercado local y nacional.

Los principales departamentos y municipios que los productores han conquistado con el producto de calidad que ofrecen y donde se comercializa son:

- Managua
- León
- Chinandega
- Estelí
- Jinotega
- Sébaco
- Tipitapa
- La Concordia
- Bluefields

Gráfico No. 18: Estabilidad de precio



Fuente: Elaboración propia con base a encuestas

La estabilidad de los precios es aquella situación en la que los precios se mantienen o crecen a un determinado nivel considerado como adecuado durante cierto tiempo. Durante el proceso de elaboración de las encuestas nos pudimos dar cuenta que el 86% de los productores encuestados mantienen una estabilidad en los precios lo que indica que el 14% restante tienen una variación en sus precios esto va en dependencia de los clientes y el departamento donde se distribuye el producto.

6.3. Estrategias para al proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa.

A continuación, se detallan las estrategias planteadas a través de la realización de los objetivos y las actividades correspondientes para su cumplimiento.

Estrategias	Objetivos	Actividades
Estrategia N°1	Incrementar los niveles de producción de guayaba de calidad para comercializar en el mercado internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar publicidad de su producto • Dar a conocer los beneficios de consumir un producto natural. • Establecer relaciones con supermercados internacionales. • Aumentar la producción con nuevos plantíos • Búsqueda de terrenos que presten las condiciones para este cultivo.
Estrategia N°2	Mejoramiento de la infraestructura en algunas áreas del plantillo.	<ul style="list-style-type: none"> • Expandir y mejorar el área de producción.
Estrategia N°3	Ampliar sus canales de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan de marketing. • Establecer relaciones comerciales con mercados que distribuyan a gran escala. • Despertar mayor interés en compradores externos.
Estrategia N°4	Realizar las gestiones necesarias para obtener la legalización de su actividad comercial por la alcaldía y la dirección de ingresos.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar las escrituras de su terreno. • Demostrar que produce guayaba. • Mostrar el periodo de producción.
Estrategia N°5	Participación en ferias escolar.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una agenda de las ferias que se llevaran a cabo. • Que los productores se inscriban para poder participar y así contactar posibles clientes.

VII. Conclusiones

De acuerdo a los objetivos planteados en la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

Se identificaron factores que determinan el nivel de vida de los productores como los benéficos económicos que a lo largo de la producción de guayaba taiwanesa han obtenido, este producto que ha sido un rubro muy importante para el municipio y para los productores, entre los cuales se destacan: mejoramiento de la infraestructura de sus hogares, compra de terrenos, compra de vehículos, tiendas dentro y fuera del municipio debido a la buena aceptación de los compradores y consumidores que esta fruta ha generado.

Se observó que todos los productores siguen el mismo proceso de producción, se rigen por capacitaciones brindadas por técnicos especialistas en el rubro, es un negocio rentable, de cada árbol plantado se extraen 25 frutos aproximadamente, y 622 plantas por cada manzana cultivada, el consumidor ha aceptado favorablemente la guayaba taiwanesa debido a que es una fruta que posee nutrientes que ayudan a frenar enfermedades, además de poseer cantidades estelares de proteína, fibra, y ácido fólico, y posiblemente más vitamina C que cualquier otra fruta, además de poseer un buen tamaño, sabor y estabilidad de precio en el mercado.

De igual forma se encuentran desventajas con diferentes plagas que pueden afectar la fruta si esta no se trata a tiempo con las medidas adecuadas de mantenimiento de la planta, la plaga que daña directamente la calidad de la fruta es la mosca blanca, esta plaga puede dañar hasta el 90% de la producción, la forma más efectiva de prevenir el ataque de la mosca es cubrir los frutos desde que empiezan a desarrollarse, con bolsas de papel encerado, además se logró identificar las limitaciones que muchos de los productores del municipio de La Concordia tienen a la hora de empacar la fruta por la escases del material que se usa para este procedimiento.

Por otro lado, se identificaron factores que contribuyen al mejoramiento de este proceso productivo como: los intercambios de experiencia de los productores con mayor estabilidad y años de producir guayaba, recibir orientaciones y capacitaciones técnicas periódicamente, cabe destacar que los productores del municipio de La Concordia han sido capacitados por la misión técnica de la república de China Taiwán, de igual forma están certificados por prácticas agrícolas brindadas por el instituto de protección y sanidad agropecuaria (IPSA).

El proceso de comercialización que utilizan los productores es mediante intermediarios como Hortifrutis y comerciantes que permiten que el producto llegue a los consumidores finales. La Guayaba se ofrece también directamente en el plantillo de cada productor.

Los productores que todavía no cuentan con un medio que les permita transportar su mercancía destacan que esta es una limitación para que su producto sea reconocido.

Dados los resultados se demuestra que la hipótesis se cumple, debido a que la producción y comercialización de guayaba taiwanesa tiene gran importancia económica en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia, los productores aseguran que el cultivo y venta de esta fruta ha genera buenos ingresos económicos que contribuyen a que las familias productoras mejoren su calidad de vida.

VIII. Recomendaciones

Con base a los resultados obtenidos y las conclusiones dadas se recomienda a los siguientes actores.

A los productores:

- Aprovechar cada una de las oportunidades, como lo es el desarrollo tecnológico.
- Certificarse más con sellos de calidad. Es importante que consideren las capacitaciones al personal para obtener una fruta de calidad.
- Ampliación de los conocimientos aprovechando las capacitaciones que se les brinden, cumplir con los requisitos de calidad que se les pide y ponerlo en práctica.
- Capacitar al personal encargado de recolectar la fruta para incrementar la calidad de la guayaba.
- Capacitar a los productores sobre qué hacer con las diferentes plagas que puedan afectar sus cultivos.
- Capacitar al personal sobre el proceso de comercialización y la mejor utilización de los recursos.
- Aprovechar las oportunidades que les ofrece el mercado para demandar su producto.

Es necesario que exista una buena comunicación con los productores, se recomienda que unan esfuerzos y se planteen objetivos comunes para que se mantenga siempre bien posicionados en el mercado.

A la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí

- Que motiven a los estudiantes por más investigaciones que contribuyan al desarrollo económico de los productores o a los que quieran incursionar en este rubro.
- Que se siga profundizando sobre esta temática o en otro rubro que son de importancia para la economía local

IX. Bibliografía

- Ágredo, D. (2017, Febrero 16). *Educando Al Mundo*. Retrieved Septiembre 03, 2018, from https://www.icesi.edu.co/blogs_estudiantes/educandoalmundo/2017/02/16/importancia-de-la-educacion-para-el-ser-humano
- Alejandro., J. (2001, noviembre 12). <https://www.gestiopolis.com/como-clasifican-productos/>.
- Álvarez, A. (2017). *Análisis del Salario Mínimo y Nivel de Vida de Nicaragua*. Managua: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA.
- Ayala, R. (2017, Agosto). Retrieved Septiembre 04, 2018, from <https://www.alainet.org/es/active/42425>
- Bannock, G., Baxter, R., & Rees, R. (1998). *Diccionario de Economía*. Mexico D.F: Trillas, S.A.
- Blanchard, D. (2017). *Supply Chain Management*. Colombia: Universidad de los Andes.
- Blandon, J. (2017). *Situación socioeconómica de las familias del barrio Alexis Arguello*. Esteli: Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM Esteli.
- Castillo, Y., & Hudiel, A. (2015). *Factores socioeconómicos que influyen en la calidad de vida*. Managua: UNAN-MANAGUA.
- Castro, J. (2013). *Los ingresos económicos y su dificultad en los procesos de escolarización*. Tesis de Grado, Quito-Ecuador.
- CENTA. (2002). Producción de Guayaba Taiwanesa.
- Chernobil. (1998). <https://definicion.mx/insumo/>.
- Education, Jesuites. (2018). *Canales de comercialización en la gestión de ventas*.
- EmprendePyme. (2016). <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-producto.html>.
- Espinoza, H., & Castellon, D. (2013). *Producción y comercialización para la exportación de ajonjolí en el municipio de Achuapa departamento Leon*. Universidad Nacional Agraria UNA.
- fodia, p. (2004). <https://conceptodefinicion.de/materia-prima/>.
- García, M., Hernández, A., & Samaniego, T. (2012). Operaciones Logísticas. *Contribuciones a la economía*.
- Gardey, A., & Pérez, J. (2008). National University College.
- Gardey, A., & Pérez, J. (2008). *The Economic Journal*. National University College.
- Haramoto, E. (1998). *Conceptos Básicos sobre vivienda y calidad*. Trabajo de Grado, Chile. Retrieved Septiembre 04, 2018, from <https://cursoinvi2011.files.wordpress.com>
- Hernández, G., & Tinoco, J. (2017). *Producción y Comercialización de Guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia*. Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Esteli.

- INIDE. (2017, Agosto). *INIDE*. Retrieved Octubre 13, 2018, from <https://www.google.com.ni/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.inide.gob.ni/ECH/Informe%2520ECH.pdf&ved=2ahUKEwiqm5bX04TeAhXst1kKHSmfCtgQFjACegQICBAB&usg=AOvVaw0SYenKyPPBKqcQA3yUDYG8>
- INTA. (2018). *Guia Tecnica del Cultivo de la Guayaba*.
- Keat, G. P., & Philip, Y. (2005). *Economia de empresa*.
- Laguna, J., & Padilla, A. (2018). *Factores socioeconomicos y su incidencia en nivel de vida*. Esteli: facultad Regional Multidisciplinara Farem- Esteli.
- Lanuza, J. (2015). *"Factores socioeconómicos que influyen en la calidad de vida*. Managua: Universidad Autonoma de Nicaragua UNAN-Managua.
- Larrian, F., & Sachs, J. (2012). *Macroeconomia en la economia global*.
- López, J. F. (2009).
- Machado, J., & Blandon, K. (2016). *situacion socio economica*. Esteli: Facultad Regional Multidisciplinaria.
- Martini, N. (2003). <http://www.rrppnet.com.ar/defrpp.htm>.
- Mejias, A. (Juneo 07,2018). <https://www.cuidatudinero.com/13167941/siete-funciones-de-la-comercializacion>.
- Mendez, J. (2011). *Introduccion a la Economia*
- Mendez,Rodriguez. (2014).
- Merino., J. P. (2008.). <https://definicion.de/produccion/>.
- Morales, E., & Villalobos, A. (1985). *Comercializacion de Productos Agropecuarios*.
- ONU. (2005). Retrieved Octubre 13, 2018, from Organizacion de Naciones unidas: <http://unstats.un.org/unsd/indicator-foc/indseachpage.asp?cid=114>
- Padila, A., & Laguna, J. (2018). *factores socio economicos y su incidendencia en el nivel de vida*. Esteli: Faculta Regional Multidisciplinaria.
- Pedrosa, S. (2007). <https://economipedia.com/definiciones/promocion-de-ventas.html>.
- Penalonga, A. (2004). *Economia*. Proyecto Sedna.
- Pereyra, M. (2016). *Proceso de informacion,comercializacion y administracion de productos y servicios*.
- perez, A. (2005). <https://www.cyberclick.es/publicidad>.
- Perez, J., & Merino, M. (2014, Octubre 8). *Que es una guia de observación/ El Mundo Infinito*. Retrieved from <https://elmundoinfinito.com/guia-observacion/>
- Pineda, A. (2017, Enero 14). *Material de Capacitacion, Administracion de Empresa*. Honduras: Universidad Agricola.
- PNUD. (2010). *Que es el nivel de vida y como se mide*. Retrieved Septiembre 10, 2018, from <https://www.undp.org.mx>

-
- Rafino, M. (2019, Mayo 22). *Concepto de Entrevista*. Retrieved from <https://concepto.de/entrevista/>.
- Reyes, A. (2010). *Economía*. Mexico: Secretaria de Economía, Mexico D.F.
- Riggs, J. L. (2010). *Sistemas de Producción*. Limusa, S.A de C.V.
- Rocha, F. (2014, Octubre). *ConceptoDefinicion.DE*. Retrieved Septiembre 03, 208, from <https://conceptodefinicion.de/educacion/>
- Rosales, L. (2010). *Sistemas de producción agrícola*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Rosental, M. (1973). *Diccionario filosófico*. Habana, Cuba: Editora Política.
- Salinas, K., & Acuña, N. (2015). *Producción para la exportación de café de calidad al mercado internacional*. Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Esteli.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2004). *Microeconomía*.
- Tompson, I. (2018). <https://www.promonegocios.net/venta/ventas-personales.html>.
- Ucha, F. (marzo. 2014). <https://www.definicionabc.com/general/mano-de-obra.php>.
- Zavala, J. (2017). *Análisis de producción de Guayaba en Calvillo, Aguascalientes*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Zuñiga, M. (2010). *Antología de la comercialización*.

X. Anexos

Anexo 1: Cuadro No.1: Lista de productores de Guayaba Taiwanesa del municipio de La Concordia-Jinotega

N°	Nombre del Productor
1	Alejandro Centeno Valdivia
2	Andrés Arteta Días
3	Elieth Gutiérrez
4	Eliezer Tinoco
5	Ernaldo Isabel Arteta
6	Esteban Rodríguez Cruz
7	Evenor Herrera
8	Harvin López
9	Jaime Úbeda Lanzas
10	Juan José Payan
11	Luis Morazán
12	Manuel Castillo
13	Placido Osegueda
14	Saul Tinoco
15	Yader Zeledón Rodríguez

Fuente: INTA

Anexo 2. Instrumentos



FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, ESTELÍ

FAREM-ESTELÍ

CUESTIONARIO

Buenos días (o tardes). Somos estudiantes de V año de la carrera de Economía y estamos realizando un estudio con productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia con el objetivo de determinar el efecto de la producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el nivel de vida de los productores del municipio de La Concordia en el año 2019. La información que nos brinde es exclusivamente para fines académicos.

I. Preguntas generales

1. Sexo:

1.1. Masculino: ____

1.2. Femenino: ____

2. Edad:

2.1 21 a 30: ____

2.2. 31 a 40: ____

2.3. 41 a 50: ____

2.4. 51 a 60: ____

2.5. Mayor de 60: ____

3. Estado civil:

3.1 Soltero: ____

3.2. Casado: ____

3.3. Acompañado: ____

3.4. Divorciado: ____

3.5. Viudo: ____

4. Nivel académico:

4.1. Primaria: ____

4.2. Secundaria: ____

4.3. Técnico: ____

4. 4. Universidad: ____

5. Cuantas personas dependen económicamente de usted:

4.1. De 1 a 3: _____

4.2. De 4 a 6: _____

4.3. De 7 a 9: _____

4. 4. Más de 9: _____

II. Preguntas específicas

6. ¿Hace cuánto tiempo produce guayaba?

6.1. 1 a 5 años: _____

6.2. 6 a 10 años: _____

6.3. 11 a 15 años: _____

6.4. 16 años a mas: _____

7. ¿Cómo es el estatus de la tierra que cultiva?

7.1. Propia: _____

7.2. Alquilada: _____

7.3. Otros (Especifique): _____

8. ¿Cuántas manzanas cultiva?

8.1. 1 a 5: _____

8.2. 6 a 10: _____

8.3. 11 a 15: _____

8.4. 16 a más: _____

9. ¿Cuál es el proceso de producción de guayaba taiwanesa (resumir)?

10. ¿De qué recursos dispone para el proceso de producción (por ejemplo, equipos y herramientas)?

11. ¿Cuenta con un manual de funciones para el proceso productivo?

11.1. Si: _____

11.2. No: _____

12. ¿Cuenta con algún documento donde los trabajadores conozcan los estándares de calidad que debe tener la producción guayaba?

12.1. Si: _____

12.2. No: _____

13. ¿Qué hace como productor de guayaba para mejorar la calidad de la misma y así expandir su mercado?

14. ¿En qué mercado comercializa más su producto?

14.1. Local: _____

14.2. Nacional: _____

14.3. Ambos: _____

15. ¿A qué departamentos distribuye su producto?

16. ¿Cuál es el proceso de Comercialización?

17. ¿Existe estabilidad de precio en el mercado de guayaba?

17.1. Si: _____

17.2. No: _____

18. ¿Cuántas personas emplea permanente?

18.1.1. 1 a 5: _____

18.1.2. 6 a 10: _____

18.1.3. 11 a 15: _____

18.1.4. 16 a 20: _____

18.1.5. Más de 20: _____

19. ¿Cuántas personas emplea temporalmente?

19.1.1. 1 a 10: _____

19.1.2. 11 a 20: _____

19.1.3. 21 a 30: _____

19.1.4. 31 a 40: _____

19.1.5. Más 40: _____

20. ¿Cuáles son sus ingresos anuales por producción?

- 20.1. 1 a 50,000: _____
- 20.2. 50,001 a 100,000: _____
- 20.3. 100,001 a 150,000: _____
- 20.4. 150,001 a 200,000: _____
- 20.5. 200,000 a más: _____

21. ¿La producción y comercialización de guayaba ha mejorado su nivel de vida y el de su familia?

- 21.1. Si: _____
- 21.2. No: _____

22. La vivienda en la que habita es:

- 22.1. Alquilada: _____
- 22.2. Pagándose (con préstamos): _____
- 22.3. Propia: _____
- 22.4. Cedida o prestada: _____
- 22.5. Otros (especifique): _____

23. ¿La vivienda en la que habita ha tenido mejoras en cuanto a infraestructura desde que produce guayaba?

- 23.1 Si _____
- 23.2 No _____

24. ¿Desde que produce guayaba ha adquirido algún medio de transporte?

- 23.1 Si _____
- 23.2 No _____

25. ¿Qué otros beneficios han obtenido usted y su familia con la producción y comercialización de guayaba?

26. ¿Su familia cuenta con un seguro de seguro?

- 26.1. Si: _____
- 26.2. No: _____

Agradecemos su atención a la presente encuesta y su información será muy valiosa para nuestro estudio.



FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, ESTELÍ
FAREM-ESTELÍ

GUIA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: Conocer el proceso de producción y comercialización de guayaba que realizan los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia

Fecha _____

Lugar _____

Área _____

Hora _____

Aspectos a evaluar

- 1) Organización del proceso de producción y comercialización
- 2) Herramientas y equipos de trabajo con los que cuentan los productores para llevar a cabo el proceso de producción y comercialización de la guayaba taiwanesa
- 3) Infraestructura

Anexo 3. Tablas obtenidas mediante encuesta realizada a los productores de guayaba del municipio de La Concordia

Tabla 1

Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	12	85,7	85,7	85,7
Femenino	2	14,3	14,3	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 2

Edad

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 21 a 30	28,6	28,6
31 a 40	28,6	57,1
41 a 50	14,3	71,4
51 a 60	28,6	100,0
Total	100,0	

Tabla 3

Nivel academico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Primaria	2	14,3	14,3	14,3
Secundaria	5	35,7	35,7	50,0
Técnico	4	28,6	28,6	78,6
Universidad	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 4

Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Soltero	2	14,3	14,3	14,3
Casado	10	71,4	71,4	85,7
Acompañado	2	14,3	14,3	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 1

Vivienda en la que habita

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Alquilada	1	7,1	7,1	7,1
Propia	13	92,9	92,9	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 2

Personas que dependen económicamente del productor

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 a 3	9	64,3	64,3	64,3
4 a 6	2	14,3	14,3	78,6
7 a 9	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 3

Tiempo de producir guayaba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 a 5 años	5	35,7	35,7	35,7
6 a 10 años	7	50,0	50,0	85,7
11 a 15 años	2	14,3	14,3	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 4

Estatus de la tierra

	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Propia	92,9	92,9
Alquilada	7,1	100,0
Total	100,0	

Tabla 5

Manzanas cultivadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 a 5	11	78,6	78,6	78,6
6 a 10	2	14,3	14,3	92,9
11 a 15	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 6

Manual de funciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	8	57,1	57,1	57,1
	no	6	42,9	42,9	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Tabla 7

Personas empleadas permanentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5	9	64,3	64,3	64,3
	6 a 10	5	35,7	35,7	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Tabla 8

Conocimiento de los trabajadores de estándares de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	7	50,0	50,0	50,0
	No	7	50,0	50,0	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Tabla 9

Ingresos anuales por produccion

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 a 50000	1	7,1	7,1	7,1
50001 a 100000	3	21,4	21,4	28,6
100001 a 150000	3	21,4	21,4	50,0
1500001 a 200000	2	14,3	14,3	64,3
200000 a mas	5	35,7	35,7	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 10

Mejora de vivienda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	10	71,4	71,4	71,4
No	4	28,6	28,6	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Tabla 11

Seguro de salud

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si		35.7	35.7	35.7
no		64.3	64.3	100.0
Total		100.0	100.0	

Tabla 12

Adquisicion de medio de transporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	12	85,7	85,7	85,7
	No	2	14,3	14,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Tabla 13

Mercado donde comercializa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Externo	10	71,4	71,4	71,4
	Ambos	4	28,6	28,6	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Tabla 18

Estabilidad de precio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	12	85,7	85,7	85,7
	No	2	14,3	14,3	100,0
	Total	14	100,0	100,0	

Tabla 14

Personas empleadas temporal

		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 10	100,0	100,0

Tabla 15

Mejoras en el nivel de vida y el de su familia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	14	100,0	100,0	100,0

Anexo 4. Cronograma de elaboración de tesis

	2019							
	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1. Introducción a la investigación aplicada	■							
2. Diseñode investigación		■						
2.1 Introducción		■						
2.1.1 Antecedentes		■						
2.1.2 Planteamiento del problema		■						
2.1.3 Formulación del problema		■						
2.1.4 Justificación		■						
2.2 Objetivos		■						
2.2.1 Objetivos generales		■						
2.2.2 Objetivos específicos		■						
3. Marco teórico			■					
4. Hipótesis				■				
5. Diseño Metodológico				■				
Revisión y validación de instrumento					■			
Aplicación de encuesta y guía de observación						■		
Procesamiento de instrumentos						■		
Análisis y resultados de la encuesta							■	
Elaboración de resultados, Recomendaciones y Conclusiones de la tesis								■

Anexo 5. Imágenes del proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el municipio de La Concordia

Figura # 1. Fruto



Figura #2. Planta para trasplantar



Figura #3. Cultivo de la planta



Figura #4. Podas



Figura #5 Empaque



Figura #6 Guayaba Cortada



Figura #7 Selección y clasificación del Fruto





Figura #8 Comercialización de Guayaba







Figura # 9 Capacitación brindada a los productores por Técnicos de la Misión China Taiwán sobre el mantenimiento adecuado de las plantas de Guayaba Taiwanesa.

