

Identificación de circuitos comerciales como estrategia para la comercialización de productos agrícolas orgánicos en Ministerios Públicos del cantón Machala

Identification of commercial circuits for marketing of organic agricultural products in Public Ministries at Machala canton

***Revista de Cooperativismo y Desarrollo
Año 2016, Volumen 4, número 2***

María Elena Estrada Martínez¹, Sharon Alexia Pizarro Ibáñez²

¹Doctor en Ciencias Agrícolas, Universidad Metropolitana del Ecuador, Calle Bolívar entre Tarquí y Junín, Machala, provincia El Oro, Ecuador, Correo electrónico: mestradam1659@gmail.com teléf: + 593 985 81 12 79.

²Licenciada en Ciencias Biológicas. Universidad Metropolitana del Ecuador. Correo electrónico: mestradam@gmail.com

RESUMEN

La identificación de circuitos comerciales, en el cantón Machala, contribuye al desarrollo económico y social de los miembros de la Cooperativa Agropecuaria «San José de Guartiguro», ubicada en la parroquia Guanazán del cantón Zaruma. El objetivo del presente trabajo fue identificar circuitos comerciales para la comercialización de canastas de productos agrícolas orgánicos en nueve ministerios públicos del cantón Machala. Se encuestaron 138 trabajadores y se realizaron observaciones del proceso de distribución de las canastas. Los datos fueron tabulados y graficados mediante el programa Microsoft Excel 2013. Los resultados obtenidos demostraron que el 84.14% de los trabajadores encuestados estuvo de acuerdo en comprar las canastas en los Ministerios. Se propone la implementación de los circuitos comerciales en el cantón Machala, que favorecerá el acceso de los miembros de la Cooperativa Agropecuaria a mercados institucionales y permitirá a los trabajadores de los Ministerios la adquisición de productos agrícolas orgánicos, a precios módicos, en el centro de trabajo.

ABSTRACT

The identification of commercial circuits in the Machala canton contributes to the economic and social development of the members of San José de Guartiguro agricultural cooperative located in the Guanazón parish of Zaruma canton. The purpose of this paper was to identify commercial circuits for the marketing of baskets of organic agricultural products in nine Public Ministries of Machala. An inquiry was carried out among 138 workers, and the distribution process of the baskets was observed. The program Microsoft Excel 2013 was applied to organize data in tables and graphics. Results showed that 84.14% of the workers inquired agreed to purchase the baskets at the Ministries. The implementation of commercial circuits in Machala canton that will favor the access of the members of the agricultural cooperative to institutional markets is proposed. This measure will also enable the workers at the Ministries to acquire organic agricultural products at lower prices in their work place.

Key words: commercial circuits, organic agricultural products, cooperatives.

Palabras clave: cooperativas, circuitos comerciales, agrícola, orgánico.

INTRODUCCIÓN

En Ecuador, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) gestiona las estrategias para la comercialización de productos agrícolas, provenientes de organizaciones campesinas, con el único propósito de incentivar relaciones comerciales más equitativas para el pequeño y mediano productor.

Según el observatorio europeo LEADER (2000), existen dos tipos de circuitos comerciales: los circuitos cortos y los circuitos largos. Los circuitos cortos incluyen diferentes modalidades de venta, es decir, venta directa en la explotación o en la unidad de producción, incluida venta a los turistas, venta por correo, internet, entrega a domicilio, venta a restaurantes locales, venta en el marco de ferias, mercados locales y exposiciones.

Los circuitos largos comprenden la venta en los estantes de los supermercados grandes y medianos, venta a los mayoristas, reventa a minoristas y la exportación.

En Ecuador, se ha desarrollado una nueva estrategia de comercialización de productos agrícolas orgánicos, denominada Circuito Alternativo Corto (CIALCO). En el año 2002, estos circuitos tomaron un fuerte impulso debido a la crisis económica, que atravesaba el país; por lo que fue necesario que los agricultores vendiesen sus productos directamente al consumidor final, mediante ferias (MAGAP, 2012). De esta forma, a través de circuitos comerciales, como ferias ciudadanas y canastas agroecológicas, los agricultores de varias asociaciones de Santo Domingo de los Tsáchilas venden sus productos orgánicos.

La Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro fue fundada en el mes de marzo del 2011 y se encuentra ubicada en la vía Chilla Guanazán en la Comunidad de Guartiguro a 2800 msnm. En la actualidad, está conformada por 16 cooperativistas: doce hombres y 4 mujeres. La edad promedio de los cooperativistas oscila entre los 28 y 68 años. Las actividades agropecuarias que se desarrollan en la cooperativa son la siembra y cosecha de papa, maíz, trigo, cebada, arveja, frijol, haba y hortalizas y la cría de cerdos y ovejos. Todos los productos son orgánicos, es decir, son producidos mediante técnicas no contaminantes que no utilizan productos químicos, ni otra sustancia dañina para el hombre y el medioambiente. En el cantón Zaruma, la cooperativa agropecuaria vende sus productos en el mercado de la Parroquia Guanazán, mientras que en el cantón Machala los vende en la feria mundial del banano, en la escuela Isabela Católica y a los trabajadores del MAGAP.

El objetivo del presente trabajo fue identificar los circuitos comerciales en el cantón Machala que permitan, a la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro, ampliar la comercialización de los productos agrícolas orgánicos que produce.

DESARROLLO

Se realizó una investigación exploratoria-descriptiva donde los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de diferentes instrumentos de medición: encuesta y observaciones. Fueron encuestados 138 trabajadores pertenecientes a diferentes ministerios públicos del cantón Machala: Ministerio de Cultura y Patrimonio, Medioambiente, Hidrocarburo, Relaciones Laborales, Obras Públicas, Relaciones Exteriores, Turismo, Inclusión Económica y Social, Desarrollo Urbano y Ministerio de Vivienda. Los datos fueron tabulados y procesados

mediante el programa Microsoft Excel 2013.

En la ciudad de Machala, desde marzo del 2015, la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro de la Parroquia Guanazán del cantón Zaruma, vende, quincenalmente, canastas de productos

agrícolas orgánicos a los trabajadores del MAGAP. Estas canastas están conformadas por 15 productos: lechuga, tomate de árbol, zanahoria, cebolla blanca, culantro, nabo, remolacha, espinaca, frejol tierno, rábano, papa, perejil, acelga, plantas medicinales y melloco (figura 1).

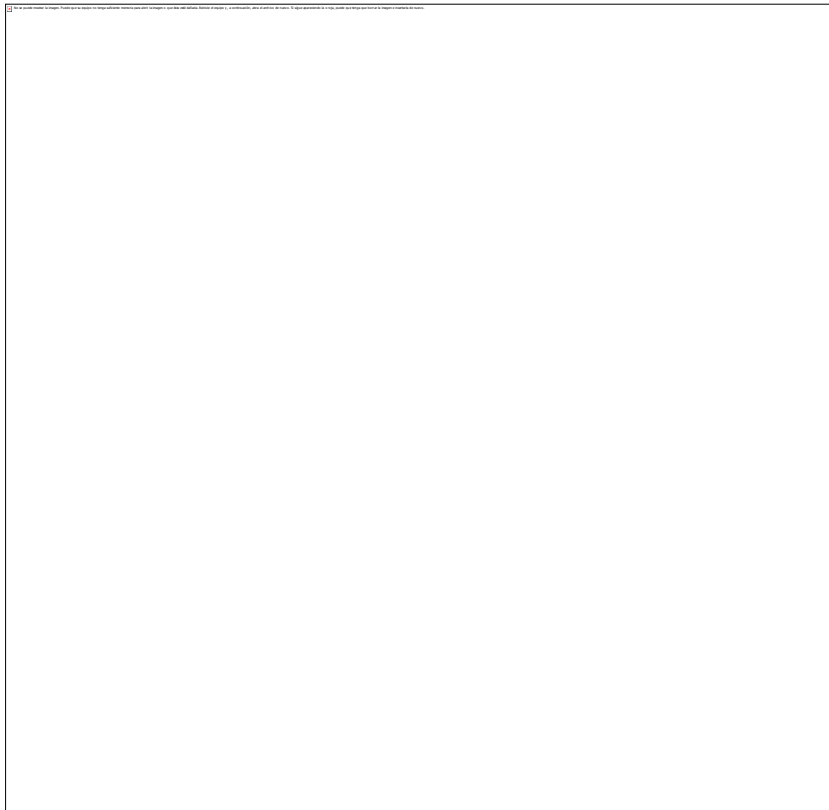


Fig. 1. Canastas de productos agrícolas orgánicos producidos por la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro.

Fuente: Elaboración primaria.

Los cooperativistas llegan al MAGAP en sus medios de transporte, con las canastas, previamente llenas, con los

diferentes productos agrícolas orgánicos (figura 2) y, luego, las distribuyen a los trabajadores de esta entidad.



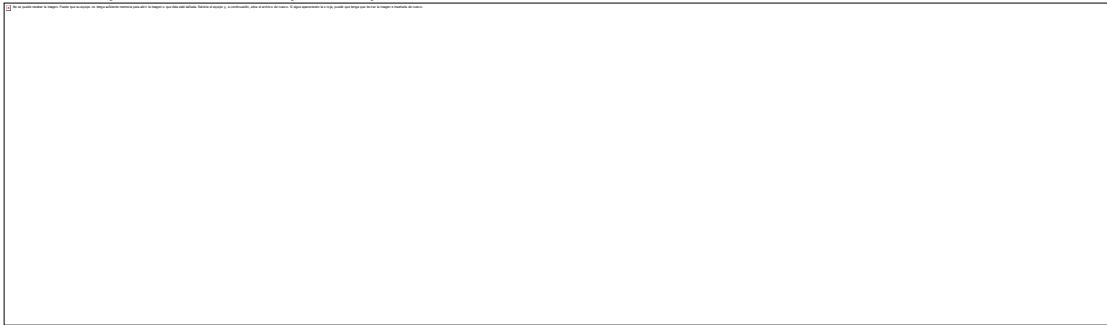
En la tabla 1, se presenta la relación de productos, presentaciones y precios de los productos agrícolas orgánicos que se comercializan en las canastas a los trabajadores del MAGAP.

Tabla 1. Precio de los productos agrícolas orgánicos de las canastas.

No	PRODUCTOS	CANTIDADES Y PRESENTACIONES	PRECIO
1	Lechuga	1 repollo	0,35
2	Tomate de árbol	7 libras	1,00
3	Zanahoria	2 libras	0,70
4	Cebolla blanca	1 atado	0,35
5	Culantro	1 libra	0,35
6	Nabo	1 atado	0,50
7	Remolacha	1 libra	0,40
8	Espinaca	1 atado	0,35
9	Frejol tierno	1 libra	1,25
10	Rábano	1 atado	0,35
11	Papa	2 libras	0,60
12	Perejil	1 atado	0,35
13	Acelga	1 atado	0,35
14	Plantas medicinales	1 atado	0,50
15	Mellico	1 libra	0,50

También, la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro comercializa otros productos que pueden ser

adquiridos en las canastas y aparecen relacionados en la Tabla 2.



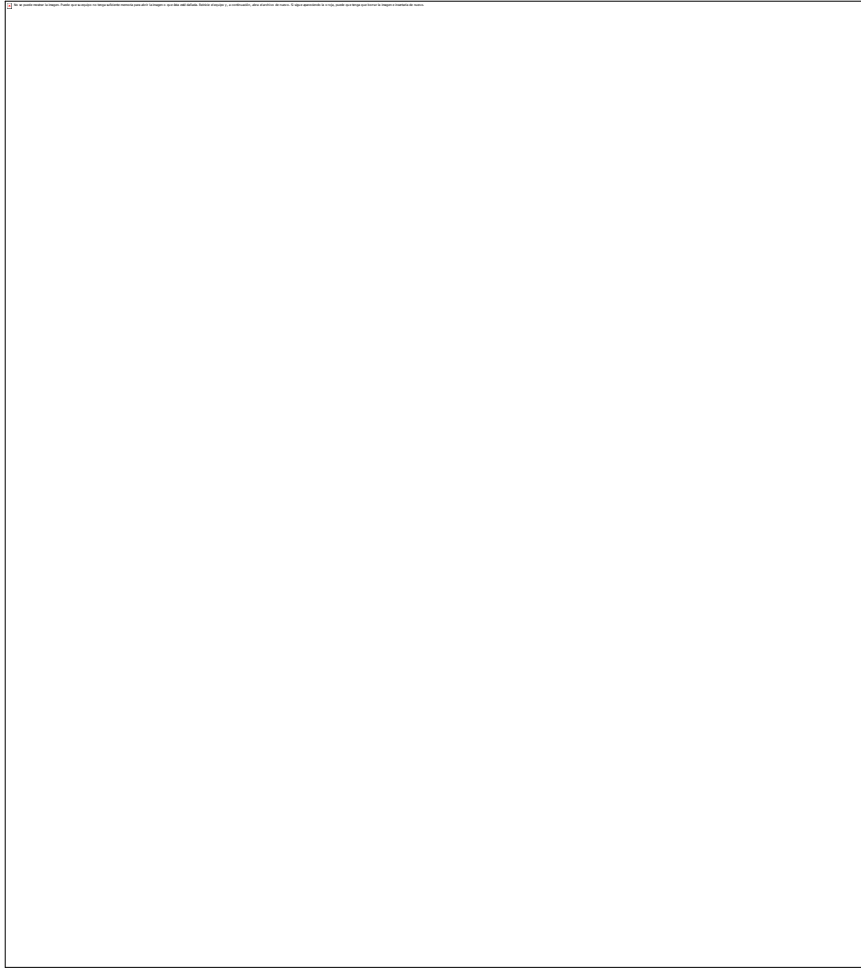
Las observaciones realizadas permitieron conocer el proceso desde la llegada del transporte, procedente de la cooperativa agropecuaria San José de Guartiguro, cantón Zaruma, hasta la distribución de las canastas de productos agrícolas orgánicos en el MAGAP, cantón Machala.

Los resultados de la encuesta aplicada a los 138 trabajadores (72 hombres y 62 mujeres) de los nueve Ministerios Públicos seleccionados se relacionan en las siguientes figuras.

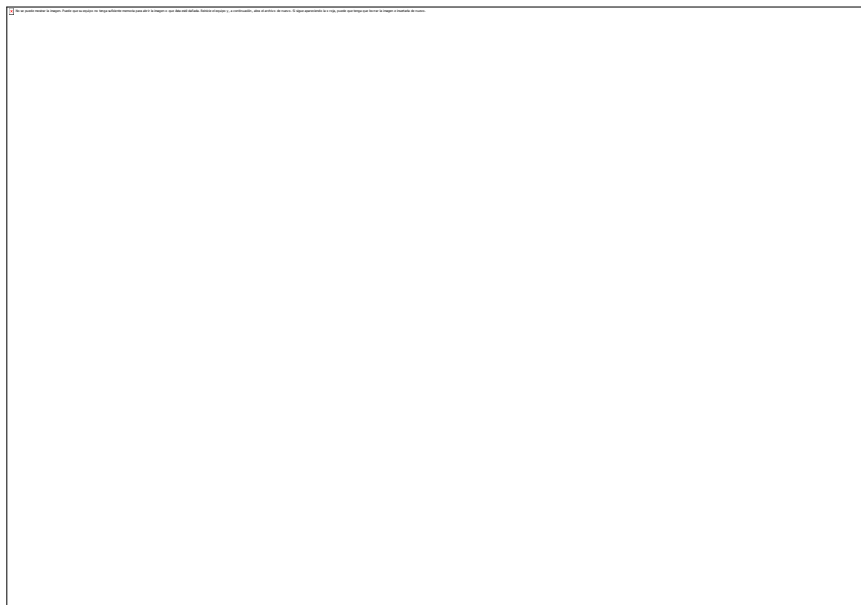


Como se aprecia en la figura 3, la mayoría de los trabajadores encuestados estuvo de acuerdo con la compra de una canasta de productos agrícolas orgánicos, excepto los

trabajadores del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) donde, de un total de 43 trabajadores, 30 no aceptaron comprar la mencionada canasta.



En la figura 4, se muestran los resultados sobre la preferencia de comprar productos agrícolas orgánicos en el centro de trabajo. El total de trabajadores (69 trabajadores) de los Ministerios de Relaciones Exteriores, Relaciones Laborales, Hidrocarburos, Cultura y Ministerio de Turismo prefiere comprar los productos agrícolas orgánicos en su centro de trabajo.



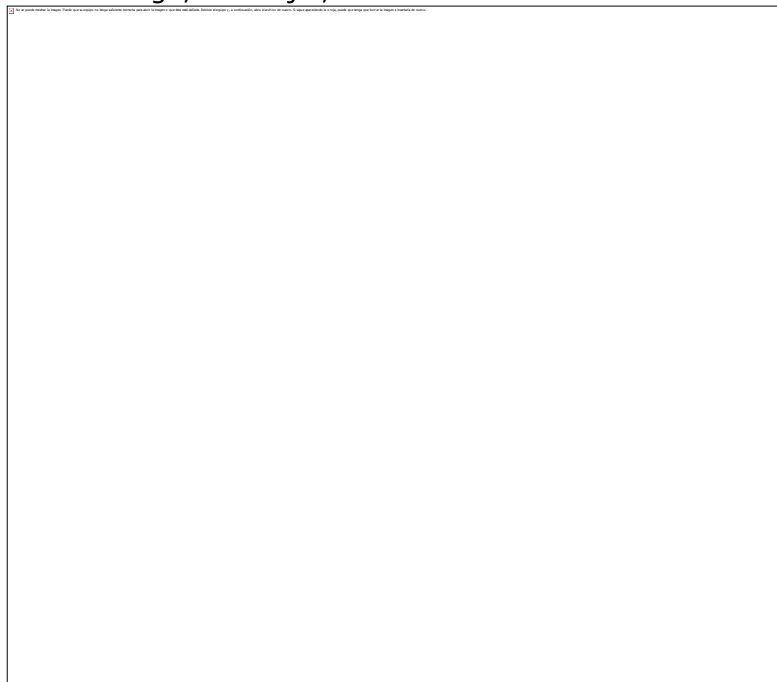
La frecuencia de compra de la canasta de productos agrícolas orgánicos, preferida por los trabajadores de los diferentes ministerios públicos, aparece en la figura 5. El 49% de los

trabajadores prefiere comprar estos productos semanalmente, el 44%, cada 15 días, mientras que un 7% aceptó comprarlos mensualmente.



La preferencia por un producto agrícola orgánico u otro se observa en la figura 6. La papa y la zanahoria fueron los productos de mayor preferencia, seguidos por la lechuga, el frijol, la

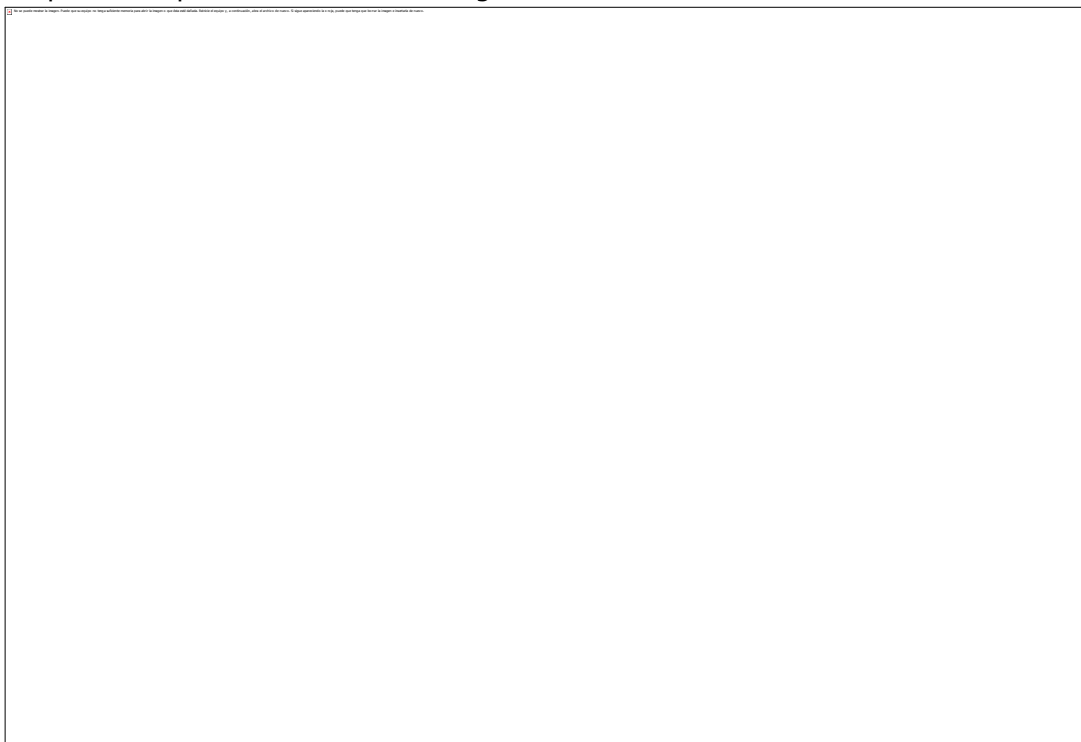
espinaca y la remolacha. Las plantas medicinales fueron los productos de menor preferencia por los trabajadores encuestados



En la figura 7, se muestran los resultados sobre la aceptación de incluir en las canastas de otros productos producidos por la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro, como: (pasta de maní, pasta de chocolate, manjar de leche, café molido y quesillo). Como se aprecia, el 89% de los trabajadores encuestados aceptó incluir otros productos en las canastas; lo que resulta beneficioso para la cooperativa pues aumentaría la gama

de productos a vender por los cooperativistas a los trabajadores de los nueve Ministerios Públicos, seleccionados para el estudio.

De acuerdo con la ubicación geográfica de los nueve ministerios públicos en la ciudad de Machala, donde fueron encuestados los trabajadores, se proponen los circuitos comerciales que aparecen esquematizados en la figura 8.



En la figura 6, se muestran los circuitos comerciales propuestos para la comercialización de las canastas de productos agrícolas orgánicos producidos por la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro. Los señalamientos indicados en el mapa corresponden a los Ministerios Públicos y al orden que los cooperativistas deben seguir para distribuir y comercializar las canastas, en función de las distancias, entre las entidades y el sentido direccional de las calles de la ciudad de Machala. Los cooperativistas deberán comenzar la distribución de las canastas por el Ministerio de Urbanismo y Vivienda (1), posteriormente pasarían al Ministerio de relaciones Laborales (2), Ministerio de Turismo (3), Ministerio de Transporte y Obras Públicas (4), Ministerio de Hidrocarburos (5),

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (6), Ministerio de Cultura y Patrimonio (7), Ministerio de Ambiente (8) y finalizarán en el Ministerio de Inclusión Económica y Social (9).

Las cooperativas agrícolas contribuyen a mejorar la productividad de los pequeños productores al facilitar el acceso a los mercados (Ban Ki-moon, 2016). En este sentido, los circuitos comerciales que se proponen como resultado de este trabajo, garantizarán la venta a precios módicos de los productos agrícolas orgánicos de la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro y favorecerán a 138 trabajadores de nueve Ministerios Públicos del cantón Machala, provincia El Oro.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, los circuitos cortos constituyen una oportunidad para que los agricultores agropecuarios diversifiquen la producción y aseguren un ingreso más estable (CEPAL, 2013). De acuerdo con los resultados obtenidos, la identificación de circuitos comerciales tendrá un impacto económico porque permitirá, a la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro, ampliar los puntos de venta de las canastas de productos agrícolas orgánicos. Además, los circuitos comerciales proporcionarán un comercio justo, donde los cooperativistas recibirán semanalmente el 100% del precio de sus productos ya que los venderán directamente sin necesidad de recurrir a un intermediario. Los circuitos propuestos ayudarán a establecer relaciones sociales entre los cooperativistas de la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro y los trabajadores de los nueve ministerios seleccionados para el estudio.

Al establecer compromisos de venta de productos agrícolas orgánicos con los trabajadores de los diferentes ministerios, la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro deberá aumentar sus niveles de producción y, probablemente, este hecho generará fuentes de trabajo; lo que ha sido demostrado por Díaz y Marcuello (2010), para el sector cooperativo de Zaragoza, España.

Los circuitos podrán tener un impacto social, si se tiene en cuenta que los trabajadores comprarán los productos agrícolas orgánicos frescos y sanos directamente en su centro de trabajo.

CONCLUSIONES

Se identificaron circuitos comerciales, gracias a la demanda de los trabajadores encuestados en los nueve Ministerios Públicos seleccionados del cantón Machala, donde el 84.14% aceptó comprar las canastas de productos agrícolas orgánicos en su centro de trabajo.

Los circuitos comerciales identificados permitirán la entrega personal de los productos agrícolas orgánicos, producidos por la Cooperativa Agropecuaria San José de Guartiguro, lo que representa un ahorro de tiempo para los trabajadores y una ganancia para los cooperativistas ya que, en el proceso de comercialización directa de las canastas, no recurrirán a vendedores intermediarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CEPAL. (2013). Agricultura familiar y circuitos cortos: Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Memoria del seminario.
- Díaz Foncea, M., & Servós, C. M. (2010). Impacto económico de las cooperativas. La generación de empleo en las sociedades cooperativas y su relación con el PIB. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (67), 23-44.
- Leader, O. E. (2000). Comercialización de los productos locales. Circuitos cortos y circuitos largos. Innovación en el medio rural. Bruselas: Cuaderno de la Innovación, (7).

Recibido: 25 de agosto de 2016.

Aprobado: 25 de noviembre de 2016.

María Elena Estrada Martínez. Doctor en Ciencias Agrícolas, Universidad Metropolitana del Ecuador, Calle Bolívar entre Tarqui y Junín, Machala, provincia El Oro, Ecuador, Correo electrónico: mestradam1659@gmail.com teléf: + 593 985 81 12 79.