



MILENA DEL ROCIO GUTIERREZ VILLAREAL

Licenciada en Contabilidad y Auditoría de | Universidad Central del Ecuador. Doctora Q³ Contabilidad y Auditoría por la Universidad Central del Ecuador, Diplomado en Diseño Curricular por Competencias por la Universidad Técnica de Ambato. Docente Titular agregada de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Estrategias de Comercialización de hortalizas semi-orgánicas producidas en las

Parroquias de Urbina, El Carmelo y Mariscal Sucre y la demanda requerida en los principales mercados de la Provincia del Carchi

(Entregado 09/11/2012- Revisado 14/12/2012)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

milena.gutierrez@upec.edu.ec

Integrantes: Luis Felipe Artcaga Quetamó, Wilson Andrés Aza Mimalchi, Andrea Lizeth Cheza Mafia, Cintia Marisol Chugá Alvarado, Jorge Luis Chunés Jácome, Diego Fernando Rosero Cupacán, Ana Liseth Taticuán Almeida, Liceth Gabriela Velasco Castro, Lady Carolina Villarreal Terán

Resumen

La economía Provincia del Carchi se basa principalmente en le agricultura con un porcentaje del 59,59% respecto a las demás actividades productoras, y se destaca en la producción de cénenles, leguminosas, hortalizas, etc. (Avilés, 2009).

El escaso conocimiento de procedimientos técnicos de los agricultores ha provocado que solo se dediquen a un monocultivo, ya que no realizan una planificación e inclusive una investigación para producción y comercialización de otros productos agrícolas. (Diario de Negocios, 2008) En el caso de las hortalizas existe poco conocimiento por parte de los agricultores acerca de la existencia de

Nacionales e Internacionales tales como Colombia, Perú, Japón, China inclusive Ecuador que requieren estos productos ya sea por sus componentes nutritivos o los derivados que se puede llegar a obtener (FOEXPORT, 2008), provocando; el poco interés de comercializar las hortalizas hacia estos mercados y no tenga un desarrollo socio económico las zonas productoras en este caso las Parroquias de La Mariscal, Urbina y El Carmelo.

Otro factor que no permite satisfacer la demanda local es el de no existir estrategias de comercialización que coadyuve a mejorar el sector productivo de este sector lo que provoca pérdidas económicas a los agricultores ya que pierden los productos por ser perceptibles.

Abstract

The province of Carchi economy is based mainly on agriculture with a percentage of 59.59 % compared to the other producing activities, and high lights in the production of cereals, legumes, vegetables. The lack of knowledge of technical procedures for farmers, has caused that they engage only in a monoculture, because they do not carry out a planning and even a research for the production and marketing of other agricultural products, there is little knowledge on the part of the farmers of hortalizas about the existence of national and international markets such as Colombia, Perú, Japan, China, including Ecuador that require these products either by its nutrient components or derivatives that can be reached to obtain causing the little interest to commercialize the vegetables into these markets and does not have a socio-economic development as the producing areas are the parishes of La Mariscal Sucre, Urbina and Carmelo. Another factor which does not allow us to meet the local demand, is the absence of marketing strategies that will enhance the productive sector of this sector what causes economic losses to farmers because they lose the products to be perishable

INTRODUCCIÓN

Lo que buscan actualmente los productores es cómo incrementar la venta de las hortalizas hacia mercados, por esta razón los estudiantes de décimo nivel del periodo académico marzo - agosto 2011

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional realizaron un diagnóstico de los principales lugares de expendio en las parroquias de Urbina, El Carmelo y Mariscal Sucre y a través de estrategias de comercialización mejorar la rentabilidad.

125

Las hortalizas cumplen una tarea importante en la alimentación del ser humano, sus sustancias, minerales y vitaminas aportan para el buen desarrollo y conservación de los huesos, el sistema nervioso y los dientes, porque a través del tiempo se los ha utilizado para prevenir y curar enfermedades. La importancia de la explotación de las hortalizas fomenta la captación de divisas, y es importante destacar que nuestro país tiene una gran ventaja y sobre todo nuestra provincia, considerando que las condiciones climáticas están dadas para que todo el año se produzcan hortalizas, lo que sería de gran aporte para la economía del país y de los sectores que se encuentran inmersos en la producción de las mismas.

El sistema orgánico es más práctico y saludable, el cual nos va a permitir conocer todo lo referente a la producción, y como se puede lograr de los suelos, un aprovechamiento intensivo con el aporte masivo de materia orgánica y rotaciones de cultivos cuidadosamente programadas. Este sistema conecta a los productores con los mercados más desarrollados; en este proceso, pueden descubrir normas de calidad y cumplimiento. Con ayuda adecuada acerca de las estrategias de comercialización, identifican nuevos productos y formas de presentarlos por lo que pueden acceder a mejores ingresos. Se aprovechará al máximo la mano de obra rural que no ha participado en la migración campesina. Al poner en su conocimiento que existe hoy en día un sistema de altísima productividad en la que el agricultor puede controlar conscientemente todos los elementos del cultivo y al mismo tiempo tener una fuente de empleo permanente. El productor rural perfectamente puede incorporar esta tecnología gracias a la inmensa productividad de este sistema, o sea las superficies utilizadas tienen un rendimiento verdaderamente espectacular. Por lo tanto, un productor agrícola convencional puede tener su forraje orgánico y dejar el resto del campo para una rotación o para un cultivo de otra naturaleza, o simplemente para diversificarse.

METODOLOGÍA

En este proyecto se encontró una serie de factores que impulsan o limitan el desarrollo de la temática, en este intervendrán como capacitadores 9 estudiantes repartidos en 4 hombres y 5 mujeres que esto equivale al 44% y 56% respectivamente. El total de beneficiados fue de 45 agricultores distribuidos en 34 hombres y 9 mujeres, que en porcentaje sería el 79% y 21%. La comercialización de hortalizas se realizará desde las parroquias de Urbina, El Carmelo y Mariscal Sucre hacia la Provincia del Carchi. De estas parroquias anteriormente mencionadas se realizó la capacitación en procedimientos de comercialización dentro de las siguientes parroquias: Carmelo, Urbina y Mariscal Sucre con un total de cuarenta tres beneficiarios. En la parroquia El Carmelo en esta parroquia en la comunidad Pilar Alto encontramos la ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROINDUSTRIALES NUEVOS CARMELITAS conformada por 18 personas, esta es una organización que se encuentra constituida legalmente, dedicada a la producción de hortalizas

Dentro de la comunidad de Mariscal Sucre se encuentra la ASOCIACIÓN PUEBLO UNIDO integrada por 8 personas la cual desarrolla varias actividades agropecuarias. En la actualidad el 50 por ciento de la población de este sector se dedica a la producción de leche, que es vendida a las fábricas de productos industrializados de la provincia, mientras que otros se apegaron a la agricultura como fuente permanente de sus ingresos económicos.

La población de la parroquia Urbina, se caracteriza por ser netamente agrícola y ganadera, casi en un 80% y el resto de la población se dedica a diferentes actividades, como comerciantes, choferes, un número bastante reconocido se dedica a realizar las labores de jornaleros tanto hombres como mujeres. Urbina se caracteriza por ser descendiente de los pastos, políticamente existen diferentes partidos políticos se profesa de igual manera

diferentes clases de religión predominando la católica, nuestra población es netamente activa, actualmente posee 2267 habitantes, dentro de sus comunidades esta la comunidad1 de Taya en la cual se encuentra la **ASOCUCION AGROPECUARIA BENEFICLADORA TAYA** integrada por 17 personas, la está legalmente constituida y dedica actividades netamente agropecuarias y ganaderas

TABLA N° 2

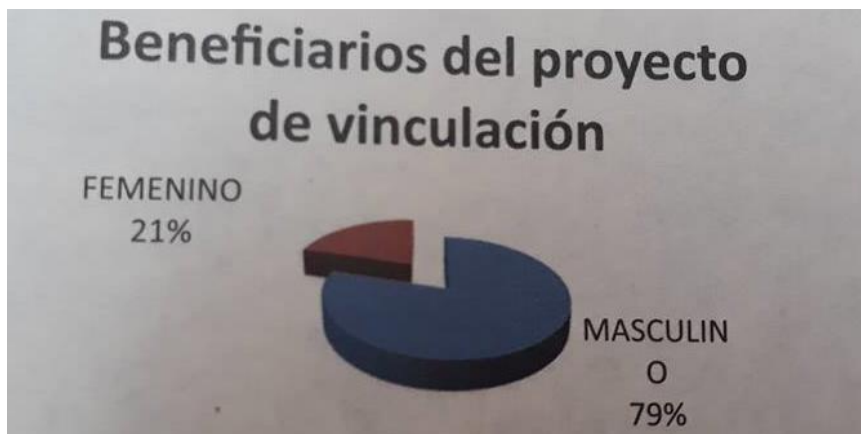
CONTENIDOS GENERALES	SUBTEMAS TRATADOS	LOGROS ALCANZADOS
TEMA 1: INVE DE MERCADOS	<ul style="list-style-type: none"> • USO DE UA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS • TIPOS DE INVESTIGACIÓN • SEGMENTACIÓN DE MERCADO 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el potencial de los agricultores • El secreto de una persona
TEMA2: MAR	<ul style="list-style-type: none"> • MARKETING • PLAN DE MARKETING • MARKETING INTERNACIONAL • MARCA. LOGOTIPO Y FORMAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE • MARKETING MIX, PRODUCTO Y EMBALAJE • PRECIO • CANALES DE DISTRIBUCIÓN • PROMOCIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> • innovadora es utilizar el potencial de cada uno utilizando los medios disponibles a nuestro alrededor • Motivar a las personas a salir de la rutina para lograr algo nuevo • Poner en práctica los secretos uc las personas emprendedoras exitosas

Elaborado por: Dra Mikna Gutiérrez

También se consiguió establecer la capacidad organizativa institucional, a través de la conformación de la primera directiva inter-asociaciones, misma que conta en actas, dando paso al apareamiento de la estructura asociativa y al sentido del trabajo en equipo.

Se logro consolidar el intercambio de experiencias en el campo laboral entre las asociaciones,

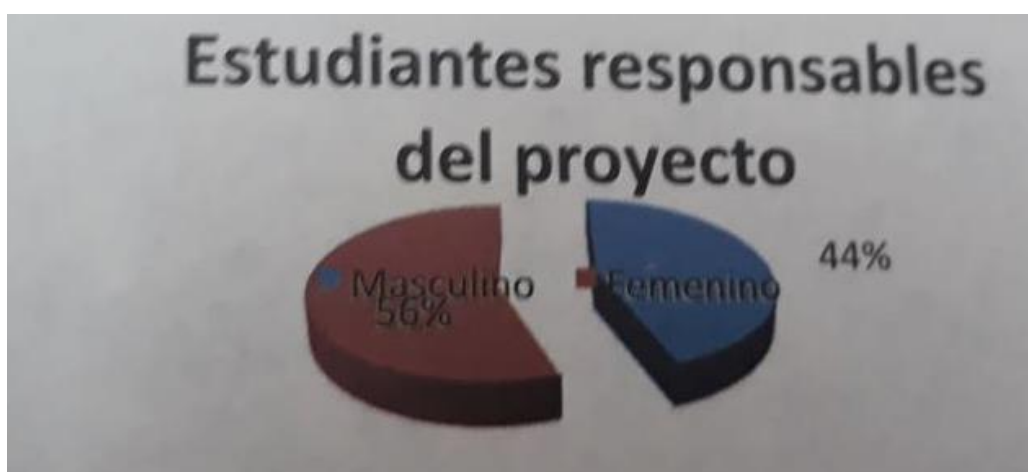
GRÁFICO N° 1



Fuente: Datos informativos del proyecto de vinculación

Elaborado por: Dra. Milena Gutiérrez Villareal

GRÁFICO N° 2



Fuente: Datos informativos del proyecto de vinculación

Elaborado por: Dra. Milena Gutiérrez Villarea

En este proyecto de vinculación se utilizó la metodología cualitativa y cuantitativa ya que se seleccionan y analizan las características, fundamentales del fenómeno objeto de estudio.

Además, se realizó un estudio de mercado para resolver los problemas de comercialización que aquejan a los agricultores de hortalizas en estado natural sin exposición a químico.



Foto No. 1: Capacitación a la Asociación Carmelitas



Foto No. 2: Capacitación a la Asociación Pueblo Unido

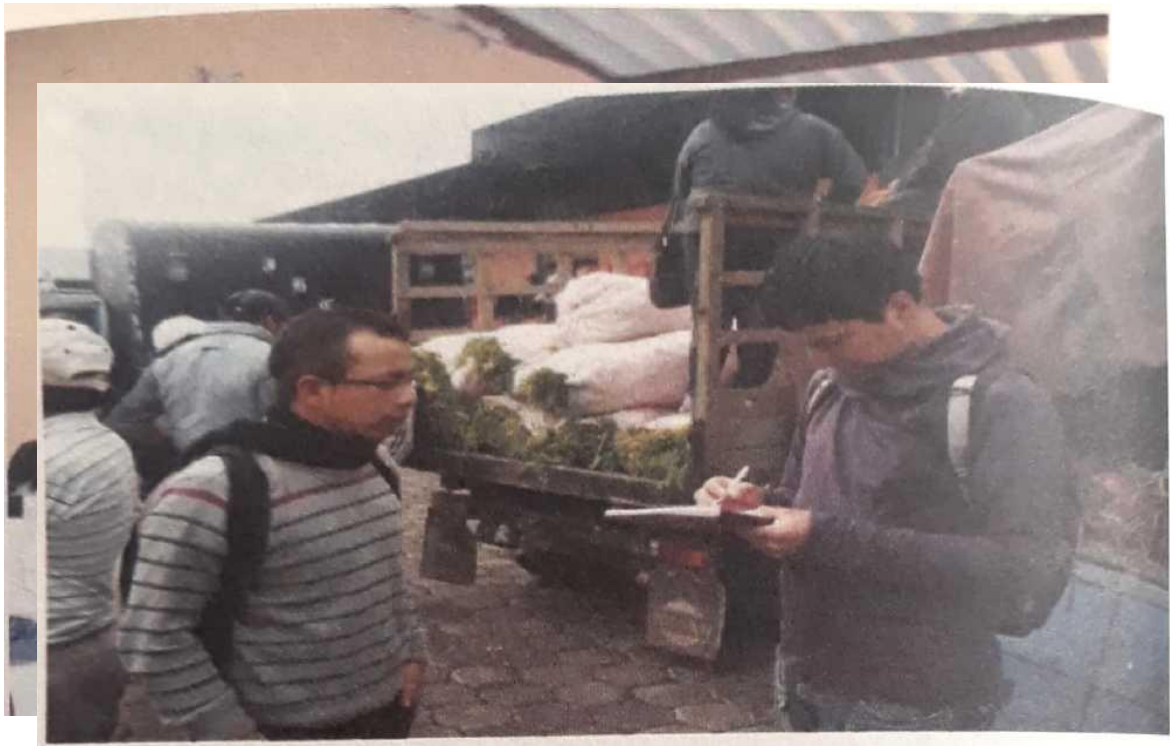


Foto N° 3: Capacitación Asociación Agropecuaria Taya

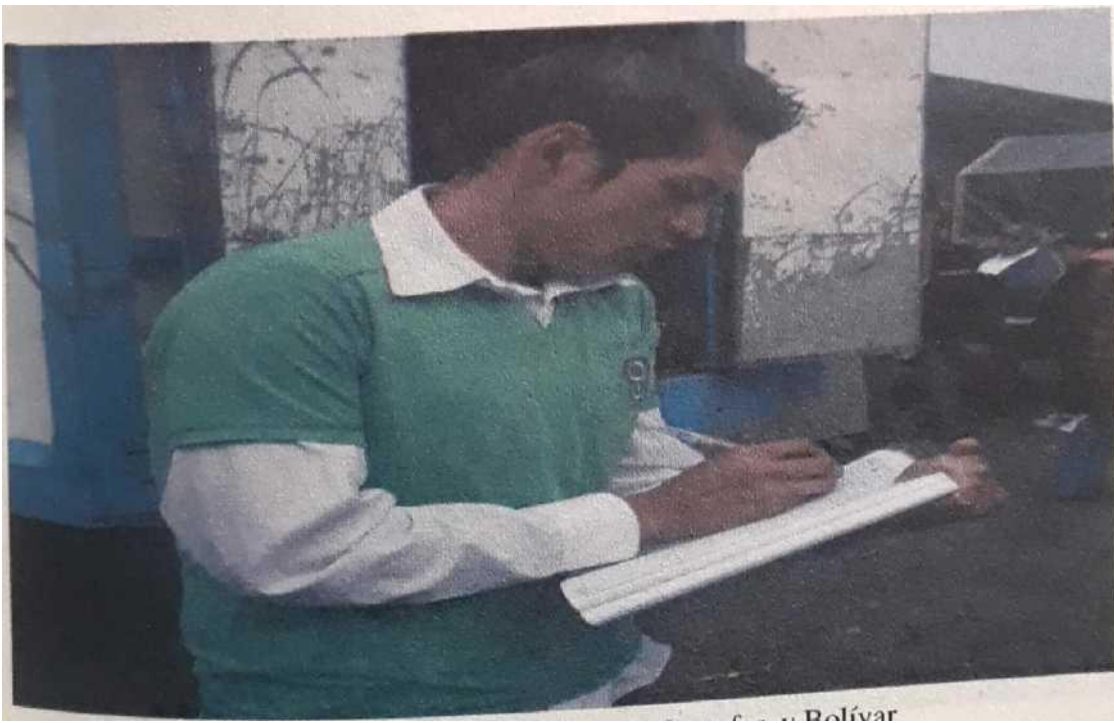


Foto N° 4: Censo en los mercados de mayoristas de Montufar, y Bolívar

Foto 6: Censo en mercado San Miguel

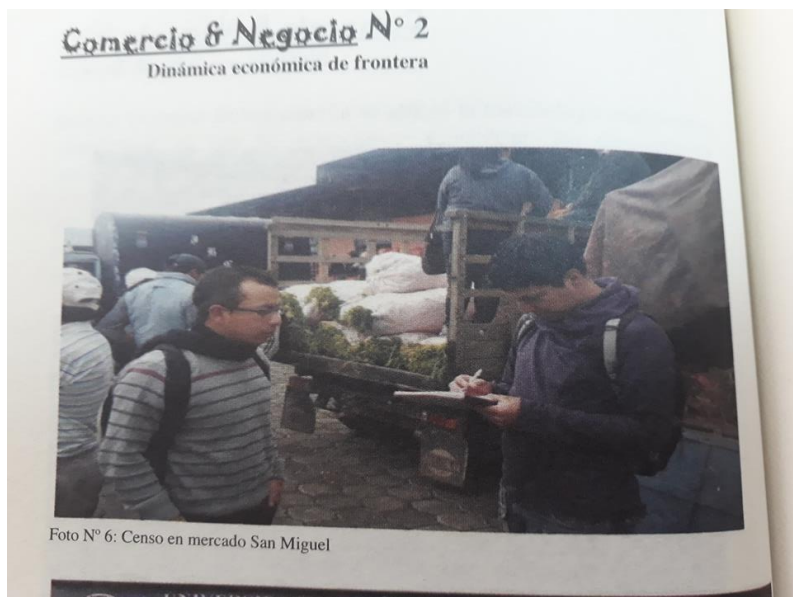


Foto N 6: Certificado a los participantes



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Es importante destacar los resultados que arroja la investigación, en total fueron 43 productores capacitados de las Asociaciones Productoras de hortalizas en la Parroquia Mariscal Sucre en Cantón Huaca en la parroquia del Carmelo y Urbina correspondientes al Cantón Tulcán, con el apoyo tanto de

la Universidad Politécnica Estatal del Carchi como de la Dirección Provincial Agropecuaria de la Provincia.

TABLA N° 1

Asociaciones Productoras de hortalizas semi orgánicas tanto de las parroquias de Urbina, El Carmelo y Mariscal sucre

CANTON	PARROQUIA	COMUNIDAD	ASOCIACIÓN	NÚMERO DE PERSONAS CAPACITADAS
TUCÁN	CARMELO	PILAR ALTO	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROINDUSTRIALES NUEVOS CARMELITAS	18
HUACA	MARISCAL SUCRE	MARISCAL SUCRE	ASOCIACIÓN PUEBLO UNIDO	8
TULCÁN	URBINA	TAYA	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA BENEFICIADORA	17
			TOTAL	43

Fuente. Datos informativos del proyecto de vinculación Elaborado por: Dra. Milena Gutiérrez V.

Asociaciones Productoras de hortalizas semi- orgánicas

- ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROINDUSTRIALES NUEVOS CARMELITAS
- ASOCIACION PUEBLO UNIDO
- ASOCIACION AGROPECUARIA BENEFICIADORA TAYA



Al iniciar este trabajo de investigación, primaba la practica empírica experiencial en cuanto a la comercialización de los productos por parte de los agricultores de hortalizas semi-orgánicas, a través de la implementación de estrategias de marketing, análisis del mercado y funciones de emprendimiento. En la actualidad existe el interés por consumir alimentos de origen orgánico debido a sus componentes nutritivos que benefician la salud. Una empresa para poder exportar un bien o servicio de be tener en cuenta todos los procedimientos indispensables para asegurar el éxito. Cuando una empresa no cuenta con los recursos propios, es indispensable contratar un consultor que lleve la planificación, la formalidad, el conocimiento de todo el proceso y pueda apoyar la dirección en todas las áreas, como también contar con la colaboración de entidades públicas que puedan abordar la exportaron de forma segura, siguiendo el proceso completo de la exportación.

CONCLUSIONES

A través de las capacitaciones recibidas por parte de los estudiantes de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de Universidad Politécnica Estatal del Carchi, mejoraron las relaciones comerciales en lo que se refiere a estrategias de comercialización directa hacia los mercados locales.

El proyecto de vinculación es el producto de un trabajo interesante puesto que se obtuvieron nuevos conocimientos al estudiar y revisar su aplicación en el diario vivir de las personas beneficiados del mismo, así como también de quienes impartimos tales conocimientos.

La capacitación es un sentido muy dinámico de aportar con la colectividad, los beneficiarios de este proyecto lograron comprender técnicamente los procesos de distribución de los productos, aplicando adecuadamente las herramientas de marketing y la importancia de llegar a los clientes, de esta manera se contribuye al desarrollo económico de las asociaciones de las parroquias donde se difundió los diferentes temas

BIBLIOGRAFIA

AGROECUADOR. (01 de ENERO de 2011). AGROECUADOR. Recuperado el 23 de MAYO de 2011, de

http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/censo_293.htm

AGROECUADOR (01 de ENERO de 2011). Censo de Agroecuador. Recuperado el 23 de MAYO de 2011, de sitio web Agroecuador:

http://www.agroecuador.com/HTML/Censo/censo_293.htm

Albi Ibañez, J. M. (2009). Economía tercera edición. Barcelona, Ariel S.A.

Economía de la Empresa Agrolimentaria. (Alonso Sebastian y Serrano Bermejo). Madrid: III Edición.

Avilés, E., & Ecuador. (15 de Mayo del 2009). Carchi provincia del Carchi: Efrén, Avilés. Recuperado el 16 de Abril del 2011, del sitio Web Efrén, Avilés: <http://www.ecuador.com>

Carbaugh, R. J. (2009). Economía Internacional, 12 edición. México: Editorial Latinoamericana

Carbaugh, R. J. (2009). Economía Internacional, 12 edición. México: Editorial Latinoamericana

Cesar, B. J. (2007). Marketing Estratégico. Venezuela: Editorial San Marcos.

Churiol, J. R. (1999). Economía al Alcance de Todos. IV Edición.

Czinkota, M. R. (2005). Marketing International. Chile: Publicaciones Thomson

Duran J L (2007). Marketing Internacional. Europa

Ecuador, E. (2009). Enciclopedia Ecuador. Recuperado el 21 de enero de 2011 de www.encyclopediadeecuador.com

Efrén, A. :. (15 de mayo de 2009). Carchi provincia del Carchi: Efrén, Avilés. Recuperado el 16 de abril de 2011, de sitio Web Efrén, Avilés: <http://www.ecuador.com>

Ellwood. W. (2007). Globalización. Barcelona: Gyersa.

Ellwood. W. (2007). Globalización. Barcelona: Gyersa.

Espejo. L. F. (2005). Mercadotecnia. Editorial Andrade.

Flores. (2006). Metodología y técnicas de la investigación. México: Siglo XXI.

FOEXPORT. (Julio de 2008). Importaciones de Colombia:

FOEXPORT. Recuperado el 13 de junio de 2011, de sitio FOEXPORT: www.foexport.com.co

Fuente, F. L. (2005). Aspectos del Comercio Exterior. México: Editorial Universitaria