Marketing and distribution of horticultural products in the markets of the Quevedo canton

Belky M. Rodríguez
Sandra C. Muñoz
Diana I. Cadena
Yoconda del P. Rodríguez

Universidad Técnica Estatal de Quevedo
Quevedo, Ecuador

Abstract: *This research is based on the need to have a tool that guides the application of methods that contribute to optimizing the commercialization and distribution of the diversified production of vegetables in the Quevedo canton, through a study that allows determining the commercialization processes and distribution of horticultural products in the markets of the Quevedo canton, for this it is necessary to diagnose the way of marketing and distribution of the main horticultural products of the coast and mountains in the markets under study, as well as describe how horticultural products are transported and stored in the markets, and finally it will be necessary to identify the commercialization chains of horticultural products in the Cantón Quevedo. To achieve the objectives, the deductive method and the type of descriptive research will be used; in addition to the primary and secondary sources, which manage to know the current situation of the vegetable market, which will be addressed through interviews, surveys and direct observation through field visits to the merchants of the markets belonging to the Quevedo Canton. With the results of this research it is sought to contribute to the improvement of the commercialization and handling of vegetables in the Quevedo canton; whose main beneficiaries will be consumers, merchants and it is also a contribution to municipal and government authorities for decision-*

making that contributes to the proper management of horticultural products that are distributed in the Quevedo canton.

Key words: *Products; Business; Innovation; Economy*

Comercialización y distribución de productos hortícolas en los mercados del cantón Quevedo.

Resumen: *La presente investigación parte de la necesidad de tener una herramienta, que oriente en la aplicación de métodos, que contribuyan a optimizar la comercialización y distribución de la producción diversificada de hortalizas en el cantón Quevedo, a través de un estudio que permita determinar los procesos de comercialización y distribución de productos hortícolas en los mercados del cantón Quevedo, para ello se debe diagnosticar la manera de comercialización y distribución de los principales productos hortícolas de costa y sierra en los mercados en estudio, así como también describir cómo se transportan y almacenan los productos hortícolas en los mercados, y por último habrá que identificar las cadenas de comercialización de productos hortícolas en el Cantón Quevedo. Para el logro de los objetivos se utilizará el método deductivo y el tipo de investigación descriptiva; además las fuentes primarias y secundarias, que permitan conocer la situación actual del mercado de hortalizas, las cuales se abordarán mediante entrevistas, encuestas y la observación directa a través de visitas de campo a los comerciantes de los mercados pertenecientes al Cantón Quevedo. Con los resultados de esta investigación se busca contribuir al mejoramiento de la comercialización y manejo de hortalizas en el cantón Quevedo; cuyos principales beneficiarios serán los consumidores, comerciantes y además es un aporte a las autoridades municipales y gubernamentales para la toma de decisiones que contribuyan al buen manejo de los productos hortícolas que se distribuyen en el cantón Quevedo.*

Palabras Claves: *Productos; Negocios; Innovación; Economía*

1. Introducción

El consumo de hortalizas en el Ecuador representa alrededor del 10.5% del gasto familiar, que se traduce en un consumo aparente de US $87.5 millones. En términos de volumen, para el año 2017 el consumo aparente fue de alrededor 412.8 miles de toneladas métricas, provenientes de 47 productos hortícolas, de los cuales el 55,6% es producción local y el resto proveniente de importaciones que representaron US $190.3 millones. (Reyes G. , 2009). El Cotopaxi es la principal Provincia productora de hortalizas del País con el 48% de la producción total, seguida por Pichincha e Imbabura que producen el 26% y el 10% del total nacional respectivamente (Aguilera, 2014).

Los comerciantes agrícolas y campesinos son beneficiarios directos dentro de este estudio ya que con él se obtendrán los instrumentos necesarios de la comercialización y distribución de los productos de hortícolas en una actividad sustentable, incrementado sus ingresos y calidad de vida, así como fortaleciendo los mercados del cantón Quevedo.

Los resultados de esta investigación contribuirán al mejoramiento de la comercialización y manejo de hortalizas en el cantón Quevedo; cuyos principales beneficiarios serán los consumidores, además es un aporte a las autoridades municipales y gubernamentales para la toma de decisiones que contribuyan al buen manejo de los productos hortícolas que se distribuyen en el cantón Quevedo.

Metodología

Materiales

Método

Los métodos que se utilizaron en la presente investigación son: inductive, deductivo y descriptivo.

Método Inductivo

Permitió establecer proposiciones del estudio general en el ámbito de la comercialización y distribución de los productos hortícolas, con el fin de obtener datos concretos de los hechos y establecer conclusiones del objeto investigado.

Método Deductivo

Sirvió para enfocarse en la problemática social de la horticultura y su efecto en la comercialización y distribución), para obtener las conclusiones y recomendaciones.

Método Descriptivo

Esta investigación permitió realizar un estudio objetivo de la problemática de la horticultura y la comercialización y los niveles de distribución de los productores y sus efectos en el estudio y resultados de la investigación.

Técnica de procesamiento

Fuentes de recopilación de información

Primarias

Como fuentes primarias se utilizaron documentos, antecedentes de estadísticas, con el fin de ver como se ha ido desenvolviendo la comercialización y distribución de las hortalizas en los

mercados, al igual que entrevista y encuestas para saber las opiniones de los comerciantes.

Secundarias

Las fuentes secundarias utilizadas fueron libros, tesis de grado, revistas científicas y pàginas web acerca de la comercialización y distribución de hortalizas; de acuerdo con Von Feigenblatt, (2015); expresa que el uso de artículos académicos se recomienda como una forma de dilucidar la conexión directa entre el desarrollo de la teoría en el mundo académico y la práctica en el mundo empresarial.

Diseño de la investigación

Se aplicaron encuestas con un cuestionario diseñado a los comerciantes que venden en los cuatro mercados del cantón Quevedo, donde se procedió a descubrir sobre la comercialización y distribución de las hortalizas, luego se procedió a organizar, tabular e interpretar los datos para el análisis que permitiò llegar a los resultados y la elaboraciòn de conclusiones y recomendaciones.

Se tomó como población a los comerciantes de los diversos mercados pertenecientes al cantón Quevedo, se aplicó la fórmula de tamaño de la muestra se estableció un total de 151 comerciantes en los cuatro mercados pertenecientes al cantón Quevedo; de la cual se determinó la muestra de los comerciantes.

$$n = \frac{151}{(0{,}01)^2(150 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{151}{0{,}01\ (150) + 1}$$

$$n = \frac{151}{1{,}5 + 1}$$

$$n = \frac{151}{2.5}$$

$n = 60$ Comerciantes

Quedando de la siguiente manera las muestras

Instrumentos de evaluación

Encuestas

Permitió obtener datos e información de los requerimientos y expectativas de la población acerca del proceso de comercialización y distribución de hortalizas, datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario previamente elaborado con preguntas relacionados al tema.

Entrevista

Esta técnica permitió obtener información de primera mano directamente de las personas involucradas en la investigación, con el fin de desarrollar las conclusiones

Tratamiento de los datos.

Se obtuvo información que goza de veracidad para la fundamentación del siguiente proceso:

Revisión documental. Sirvió para identificar los antecedentes de la Comercialización y distribución de las hortalizas en los mercados del cantón Quevedo.

Estudio de campo. El trabajo de campo se lo realizó mediante encuesta a los comerciantes de dichos mercados, con la finalidad de conocer el proceso de comercialización y distribución de las hortalizas desde las diferentes partes. Luego se procedió al análisis de los resultados.

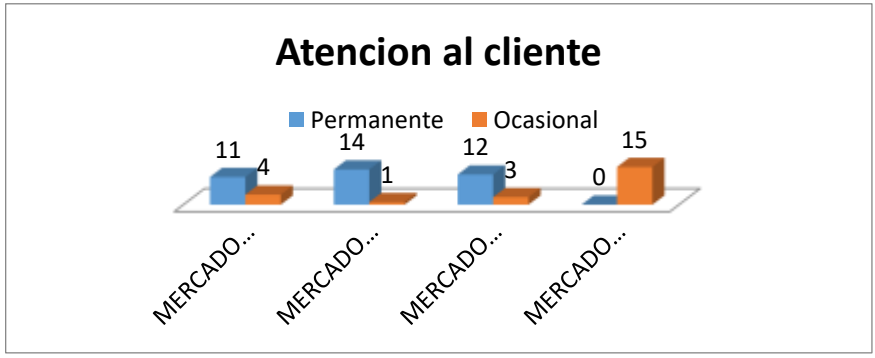
Una vez obtenido los resultados y análisis de los mismos, se tomó como base la investigación científica lo que permitió cumplir con los objetivos planteados y a la vez establecer las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Resultados

Encuesta dirigida a los comerciantes de hortalizas de los cuatros mercados del cantón Quevedo

1.¿La atención en su negocio es?

Gráfico 1. Atención al cliente



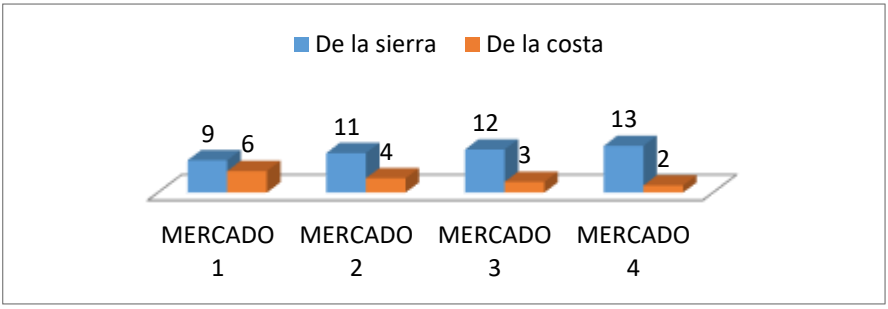
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 62% manifestaron que la atención en su negocio es permanente, el 38% lo hace de manera ocasional.

2 ¿Origen de los productos que expende?

Gráfico 2. Región de origen de las hortalizas



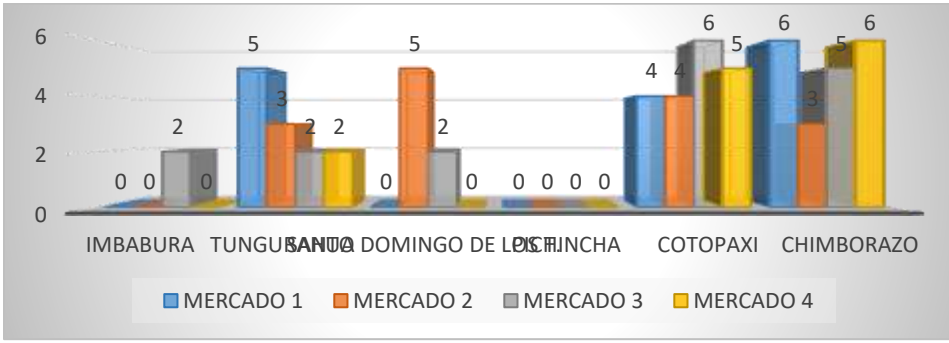
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 75% manifestaron que prefiere vender los productos de la sierra, y el 25% que sean de la costa.

3. ¿Procedencia de las hortalizas que comercializa?

Gráfico 3. Lugar de origen de las hortalizas



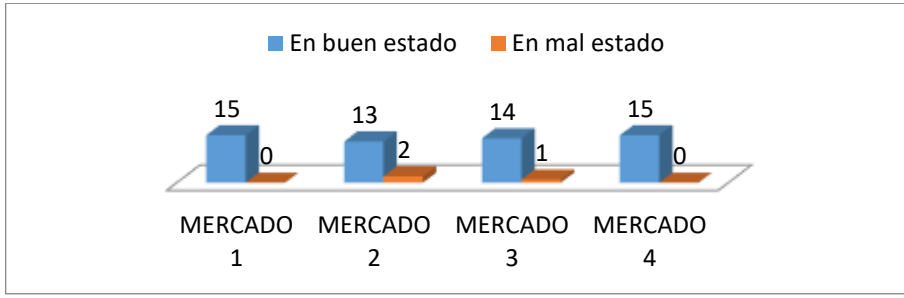
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 3% manifestaron que se abastece de los productos traidos de la Provincia de Imbabura, el 20% que expende los productos de Tungurahua, el 12% los de Santo Domingo, el 32% procedentes del Cotopaxi y el 33% de Chimborazo.

4. ¿En qué condiciones recibe las hortalizas por parte de su proveedor?

Gráfico 4. Condiciones de las hortalizas



Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

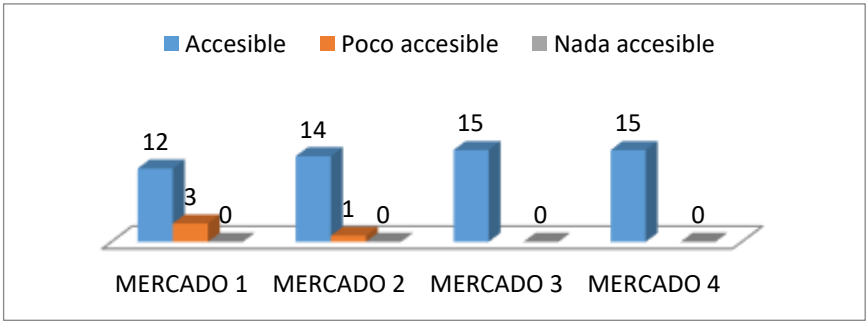
Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 95% manifestaron que las hortalizas llegan en buen estado, el 5% manifestaron que llegan en mal estado.

}

5.¿El precio de los productos es?

Gráfico 5. Precio



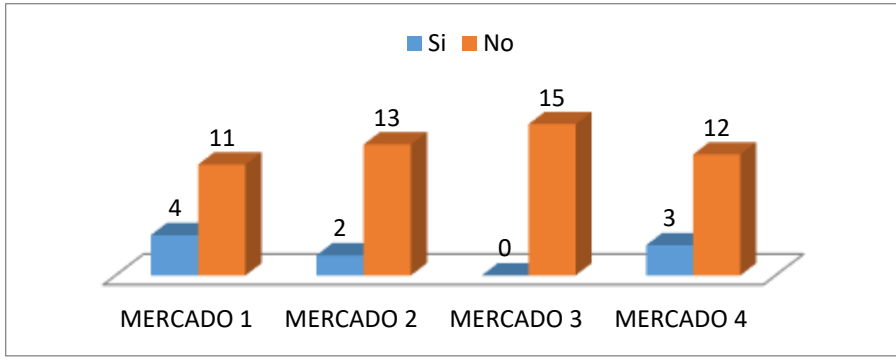
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 93% manifestaron que el precio de las hortalizas que venden tienen precios accesibles, mientras que el 7% manifestaron que son poco accesible algunos productos.

6. ¿Ha utilizado una estrategia para atraer al cliente?

Gráfico 6. Estrategia para atraer al cliente



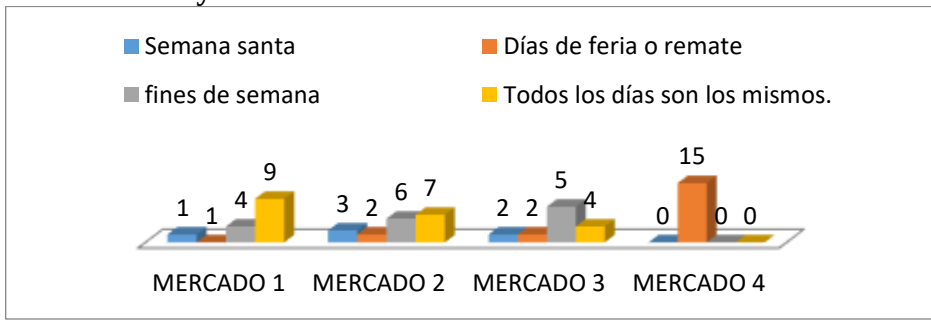
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 15% manifestaron que ellos utilizan estrategia para atraer y mantener a sus clientes, mientras que el 85% dijeron que no utilizan ningún tipo de estrategia.

7. Cuáles son las épocas de mayor venta?

Gráfico 7. Mayores ventas



Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

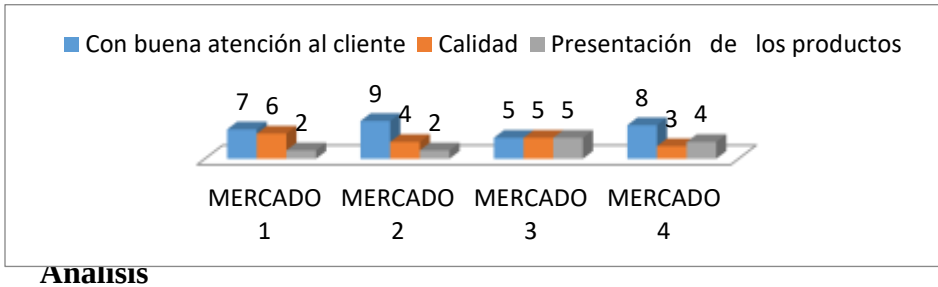
Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 10% manifestaron que en semana santa es de mayor ventas, el 32% en días de feria y remate, el 25%

dijeron que en los fines de semana y el 33% que son lo mismo todos los días.

8. ¿Cómo enfrenta la competencia?

Gráfico 8. Competencia

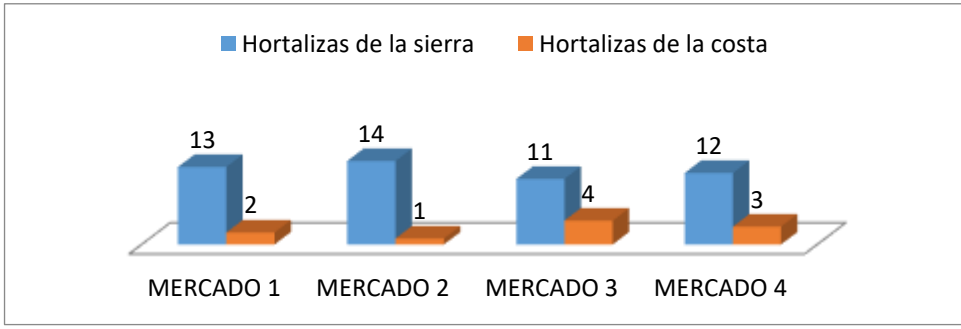


Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 48% manifestaron que competir con los demás se esmera en la atención al cliente, el 30% que se enfoca más en la calidad del producto y el 22% que compite con la presentación de sus productos.

9.¿Qué producto es el que má vende?

Gráfico 9. Hortalizas de mayor venta



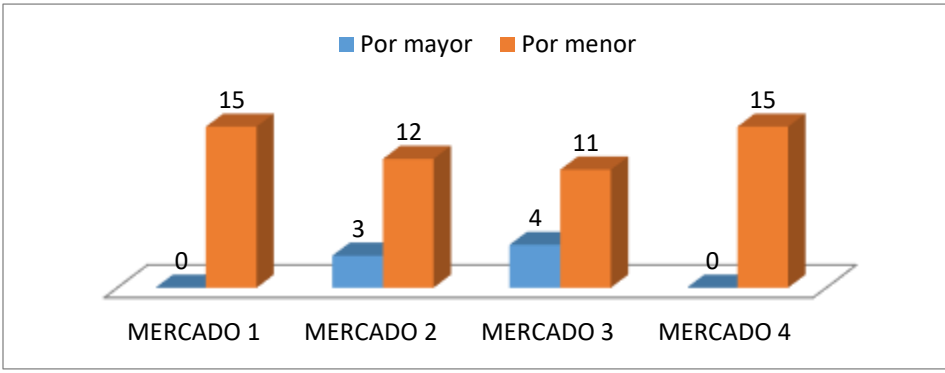
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 83% manifestaron que las hortalizas de la sierra vende más mientras que el 17% manifestaron que el 17% que las hortalizas de la costa vende más.

10. Usted vende al por mayor y menor?

Gráfico 10. Tipos de entregas



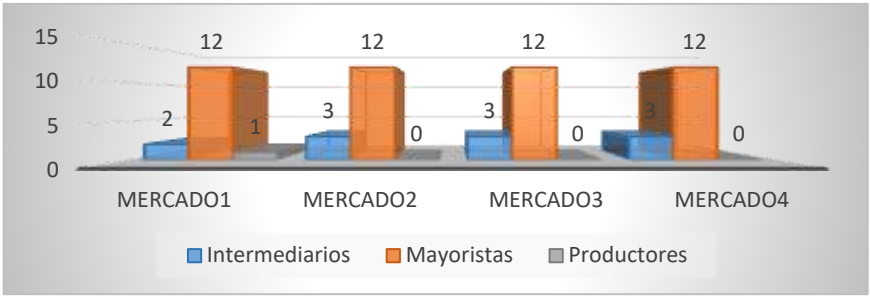
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 12% manifestaron que entrega al por mayor, mientras que el 88% dijeron que por menor.

11.¿Quién les compra los productos hortìcolas?

Gráfico 11. Hortalizas de mayor venta



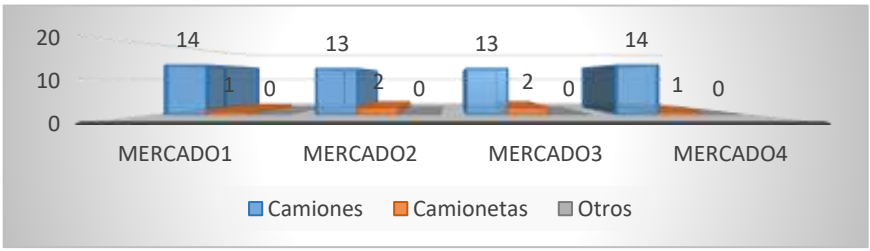
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 18% manifestaron que compra las hortalizas a intermediarios, mientras que el 80% manifestaron que a los mayoristas y el 2% directamente a los productores.

12.¿En qué transportan los productos que usted comercializa?

Gráfico 12. Transporte de los productos



Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 90% manifestaron que las hortalizas que

compran son transportadas en camiones y el 10% son transportadas en camionetas.

13.¿Dónde almacena los productos horticulas que expende?

Gráfico 13. Almacenamiento de los productos



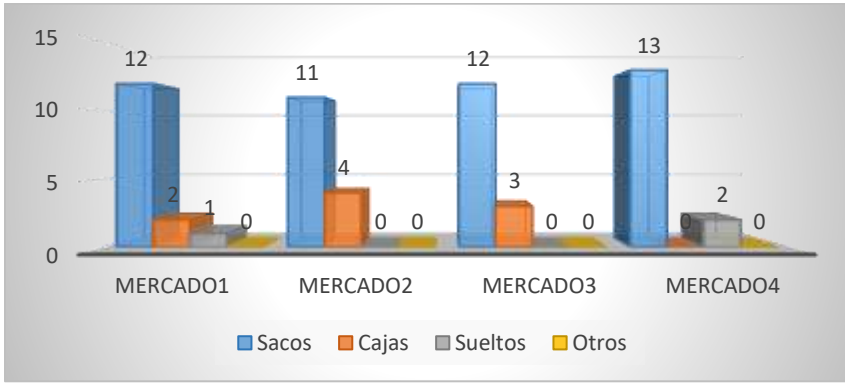
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados pertenecientes al cantón Quevedo, el 32% manifestaron que las hortalizas que venden las almacenan en una bodega, el 20% que lo almacenan en la vivienda, el 38% en el mercado y el 10% en el punto de venta.

14. ¿Cómo vienen empacados los productos horticulos?

Gráfico 14. Empaque de los productos



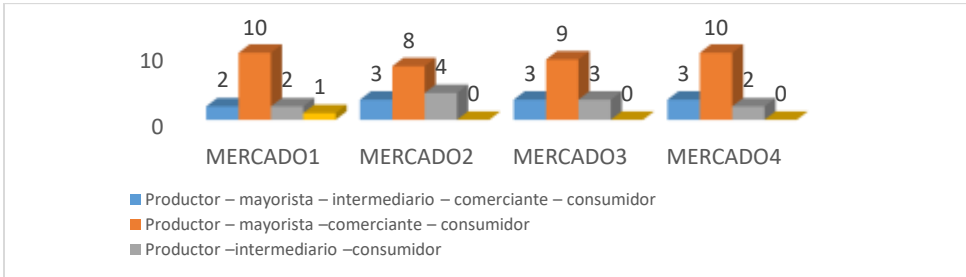
Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 80% manifestaron que las hortalizas vienen empacadas en sacos, el 15% dijeron que vienen en cajas y el 5% que vienen sueltos en los baldes de camionetas o camiones.

15. ¿Principales cadenas de comercialización de las hortalizas que se expenden en los mercados de Quevedo?

Gráfico 15. Cadenas de comercialización



Fuente: Encuesta a los comerciantes de los cuatros mercados del cantón Quevedo

Análisis

Del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 18% manifestaron que la cadena de distribución es de productor – mayorista – intermediario – comerciante – consumidor; el 62% indicaron que es productor – mayorista –comerciante – consumidor; el 18% que es productor –intermediario –consumidor y el 2% es productor – comerciante – consumidor.

Discusión

El presente estudio pretende determinar el proceso de comercialización de productos hortícolas en los mercados del cantón Quevedo, concomitante con lo que expresa (Cuesta, 2016), quien manifiesta que "la distribución tiene por objeto hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor", al indagar en fuentes primarias, se obtuvo como resultado que del total de comerciantes encuestados el 83% manifiesta que las hortalizas que más venden son las de la sierra, de los comerciantes encuestados el 80% indica que los productos los adquieren a través de mayoristas y por último el 88% de los comerciantes encuestados venden sus productos al por menor.

Dentro del proceso de comercialización un eslabón importante es el de transportación y almacenamiento, como lo expresa (Reyes A. , 2015) quien manifiesta que las funciones del transporte y almacenamiento implican la manipulación y el movimiento de artículos son las principales actividades de muchas instituciones comerciales, especialmente almacenes, empresas de transporte, mayoristas y algunos minoristas, es así que de los comerciantes encuestados en los cuatro mercados pertenecientes al cantón Quevedo, el 90% manifestaron que las hortalizas que compran son transportadas en camiones y el 10% son transportadas en camionetas, así también, el 32% de los comerciantes encuestados, manifestaron que las hortalizas que venden las almacenan en una bodega, el 20% que lo almacenan en la vivienda, el 38% en el mercado y el 10% en el punto de venta, de

igual manera, el 80% manifestaron que las hortalizas vienen empacadas en sacos, el 15% dijeron que vienen en cajas y el 5% que vienen sueltos en los baldes de camionetas o camiones, análogo a estos resultados.

Las cadenas de comercialización se pueden describir de la siguiente manera: los productos obtenidos por una empresa para su comercialización mediante adquisición, se dirigen hacia un mercado donde estos bienes serán asignados a sus futuros consumidores. De igual forma, el sistema de comercialización se ocupa tanto de analizar y estudiar las oportunidades de mercado, como definir un plan de actuación dirigido a establecer los medios necesarios para que sus oportunidades se traduzcan en el cumplimiento de sus objetivos, según lo expresa (Parra, 2010), acorde a lo expresado del total de encuestados en los cuatro mercados perteneciente al cantón Quevedo, el 18% manifestaron que la cadena de distribución es de productor – mayorista – intermediario – comerciante – consumidor; el 62% indicaron que es productor – mayorista –comerciante – consumidor; el 18% que es productor –intermediario –consumidor y el 2% es productor –comerciante – consumidor.

Comparado con los resultados de la investigación realizada por Wilmer Eduardo Tomalá, en el año 2016, titulada "Plan de comercialización de productos agrícolas para la comuna bambil deshecho, parroquia colonche, cantón Santa Elena" manifiesta que realizó un diagnostico en los agricultores para determinar las estrategias que ellos aplican en la comercialización y distribución de sus productos, determinar el nivel de ventas y sobre todo problema global, ellos poseen un alto nivel de espíritu emprendedor, esto hace que sigan con los trabajos de campo.

Luego se describe la forma como se va a realizar la distribución y comercialización de sus productos, la aplicación de las diferentes estrategias que fortalecerá el incremento de las ventas.

La investigación se sustenta en los aspectos legales como la constitución del Ecuador, Plan Nacional del Buen Vivir, Ley de Superintendencia de Control del Poder del Mercado. La investigación es de tipo descriptivo en lo que representa una investigación de campo con bases bibliográficas y documentos que permita obtener información sobre la inexistencia de un plan de comercialización para los agricultores. (Tomalá, 2016)

Conclusiones

Según los comerciantes y por las observaciones realizadas, la mayor parte de hortalizas que expenden, provienen de la Provincia de Tungurahua y Cotopaxi, el 90% son transportadas en camiones y el 10% en camionetas, hasta la ciudad de Quevedo y vienen empacadas en sacos el 80%, en cajas el 15% y sueltas el 5%, luego de que las hortalizas llegan a la ciudad de Quevedo, los comerciantes clasifican los productos y depuran para obtener las que se encuentran en buen estado, ordenan para su respectiva venta al público y la almacenan; el 32% en bodegas, el 35% en el mercado, un 20% lo almacenan en sus viviendas y un 13% lo hacen en el propio punto de venta.

De acuerdo a la información manifestada por los encuestados, el 62% indicaron que la cadena de distribución y comercializción se de la siguiente manera: productor – mayorista –comerciante – consumidor; el 18% manifestaron que es de productor – mayorista – intermediario – comerciante – consumidor; el 18% que es productor –intermediario – consumidor y el 2% refieren que es productor –comerciante – consumidor.

Es importante que se desarrollen proyectos desde el Gobierno Autónomo Descentralizado, referente al tema de comercialización y distribución que aporten a mejorar el

manteniemiento y buena presentación de los productos en los mercados del cantón, con el fin de optimizar el expendio de dichos productos hortícolas.

La transportación y almacenamiento es un eslabón importante dentro del proceso de comercialización, en el caso del estudio realizado, los resultados de almacenamiento arrojan, que un 20% de los comerciantes almacenan los productos en sus viviendas, lo cual no es adecuado, se recomienda crear espacios en los lugares de expendio, que brinde las seguridades del caso para evitar estas prácticas improcedentes.

El proceso de distribución es uno de los que más suelen encarecer los productos, por lo que se recomienda que el canal de distribución y comercialización sea más directo, ya que al ser un canal indirecto largo cada uno de los intermediarios lleva un margen de utilidad el mismo que al final eleva los precios de los productos hortícolas para el consumidor final.

Bibliografía

Aguilera, C. (2014). *Direccionamiento Estrategico y crecimiento Empresarial.* México: McGraw-Hill.

Cuesta, P. (2016). *Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial Tesis doctoral.* España: eumed.net.

Parra, A. (2010). *Comercialización de frutas y hortalizas.* España: Ingeniería e Investiación.

Reyes, A. (03 de 08 de 2015). *Administración de Empresas Teoría y Práctica*. Recuperado el 02 de 12 de 2018, de www.consultora.gob.sv.

Reyes, G. (2009). *Plan de negocio de producción y comercialización.* Nicaragua: Terrabona.

Von Feigenblatt, Otto F. (2015). INTEGRATING THEORY AND PRACTICE IN BUSINESS EDUCATION. Revista de Comunicación de la SEECI, (36),183-187. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5235/523552855010