

Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

RECINTO UNIVERSITARIO "RUCFA"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESCUELA DE ECONOMIA AGRICOLA



*TEMA:*

*"Comercialización del cultivo fríjol rojo en el departamento de Carazo".*

*SUB TEMA:*

*Margen de utilidad del productor en la cadena de comercialización del Fríjol Rojo en el municipio de Santa Teresa, Carazo 2007-2008.*

*Seminario de Graduación Para Optar el Título de Licenciatura en  
Economía Agrícola*

*ELABORADO POR:*

*Bra. Anielka María Blandón Tremínio.*

*TUTORA:*

*Msc. Jany Jarquín Mejía.*

*Managua, Febrero 2011.*

# Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

## INDICE

<i>Dedicatoria</i> .....	5
<i>Agradecimiento</i> .....	6
<i>Valoración del docente</i> .....	7
<i>Resumen</i> .....	8
<b><i>I. DISEÑO DE LA INVESTIGACION</i></b>	
<i>1.1 Introducción</i> .....	11
<i>1.2 Justificación</i> .....	13
<i>1.4 Formulación del Problema</i> .....	14
<i>1.4.1 Sistematización del Problema</i> .....	14
<i>1.5 Problema de Investigación</i> .....	15
<i>1.6 Objetivos de la Investigación</i> .....	17
<i>1.6.1 Objetivo General</i> .....	17
<i>1.6.2 Objetivos Específicos</i> .....	17
<b><i>II. AGENTES QUE PARTICIPAN EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MUNICIPIO DE SANTA TERESA</i></b>	
<i>2.1 Productores agrícolas</i> .....	19
<i>2.2 Intermediarios minoristas y detallistas</i> .....	22
<i>2.3 Comerciantes mayoristas</i> .....	23
<i>2.4 Consumidor final</i> .....	26
<b><i>II. MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTOR EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MUNICIPIO DE SANTA TERESA, CARAZO</i></b>	
<i>3.1 Margen bruto de comercialización</i> .....	30
<i>3.1.1 Participación del productor</i> .....	30
<i>3.2 Margen neto de comercialización</i> .....	31

*Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

*IV. CUELLOS DE BOTELLA O PROBLEMAS ENCONTRADOS.....32*

*V. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN DE LOS CUELLOS DE BOTELLA O PROBLEMAS.....35*

*VI. CONCLUSIONES.....38*

*BIBLIOGRAFÍA.....39*

*Dirección de páginas Web visitada.....40*

*INDICE DE ANEXOS*

*Anexo N°1: Costos Agrícolas Apante/Tecnificado con Bueyes.....41*

*Anexo N° 2: Precios de comercialización en cada uno de los eslabones de la cadena de fríjol rojo en Santa Tresa, Carazo.....42*

*Anexo N° 3: Boleta para recopilación de información de Productores.....43*

*Anexo N 4: Boleta para recopilación de información de intermediario.....46*

*Anexo N° 5: Boleta a consumidores .....47*

*Anexo N° 6: Fotos.....49*

*Anexo N° 7: Fotos.....49*

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **INDICE DE FIGURAS**

<i>Figura 1. Peso de la superficie dedicada a producción de fríjol.....</i>	<i>20</i>
<i>Figura 2. Criterios para comprar fríjol.....</i>	<i>26</i>
<i>Figura 3. Meses de mayor consumo de fríjol.....</i>	<i>28</i>

### **INDICE DE CUADROS**

<i>Cuadro 1. Área promedio de siembra de fríjol por tipología de la familia productora.....</i>	<i>21</i>
<i>Cuadro 2. Tecnología arado con bueyes y asistencia técnica.....</i>	<i>22</i>
<i>Cuadro 3. Tipo de intermediarios acopiadores minoristas y detallistas, mayoristas.....</i>	<i>25</i>
<i>Cuadro 4. Lugares donde los consumidores compran fríjol.....</i>	<i>27</i>

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **DEDICATORIA**

*A ti Dios que me distes la oportunidad de vivir, por darme la fé y fortaleza para lograr ser una profesional y por regalarme una familia maravillosa.*

*Com mucho cariño principalmente a mis padres Francisco Blandon y Haydeé Treminio, quienes me han dado la vida y estado siempre a mi lado en todo momento brindandome su apoyo incondicional aun con sacrificios, para darme lá oportunidad de tener una carrera profesional, la que me servira en mi futuro y sobre todo por creer en mi.*

*A mis hermanos Damaris Blandón y José David Blandón a quienes quiero mucho, gracias por apoyarme, y sin olvidarme de la personita más bella de mi familia mi sobrinito Bryan David González Blandón por existir y alegrarme la vida te quiero mucho mi pequeño bebe.*

*A mi Mime(Abuelita) a quien tanto quiero y respeto Julia Treminio, a mis tíos Roberto Treminio, Rosa Treminio, Leoncio Espinoza y Eveling Espinosa por estar siempre a mi lado y brindarme el apoyo en el transcurso de mi vida.*

*A mis amigos Blessing López, Vaneska Herrera, Farid Ponce, Carlos Martínez, Marvin González, Imara Mejía, Wendy Estrada, Ruth Rodríguez y Thelma Stewart a todos por ser parte de mi vida y por brindarme siempre el apoyo, por creer en mí y por decirme que yo si podía realizar este documento.*

*Anielka María Blandón Treminio.*

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **AGRADECIMIENTO**

*Son tantas personas a quienes debo agradecer parte de este triunfo y lograr alcanzar mi culminación académica, el cual es mi sueño más anhelado.*

*Definitivamente, Dios, mi Señor, mi Guía, mi Proveedor, mi Fin Ultimo; sabes lo esencial que has sido en mi posición firme de alcanzar esta meta, esta alegría, que si pudiera hacerla material, la hiciera para entregártela, pero a través de esta meta, podré siempre de tu mano alcanzar otras que espero sean para tu Gloria.*

*Gracias a mis padres quienes siempre me inspiración para alcanzar mis metas, por enseñarme que todo se aprende y que todo esfuerzo tiene al final su recompensa, por que todos sus esfuerzos se convirtieron en sus triunfo y en el mío, ya que definitivamente no hubiese podido hacer mi sueño realidad sin ustedes no hubiese podido llegar hasta este logro, Los Amo.*

*A mis hermanos, sobrinito a toda mi familia y a todos mis amigos pasados y presentes; pasados por ayudarme a crecer y madurar como persona y presentes por estar siempre conmigo apoyándome en todo las circunstancias posibles, también son parte de esta alegría.*

*A los profesores que me impartieron sus conocimientos para poder ser una profesional, a mi tutora de seminario Msc. Jany Jarquín quien es una de las personas que mas aprecio por saber ser comprensiva y por ser una excelente profesora le agradezco mucho por que en sus clases siempre compartió sus conocimientos y sobre todo por ser muy sonriente, muchas gracias Profe.*

**GRACIAS A TODOS.**

**Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo**

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **Resumen**

El desarrollo del presente trabajo se realizó en el Municipio de Santa Teresa, Carazo con el objetivo de estudiar cuáles son los márgenes de utilidad del Fríjol Rojo para determinar la ganancia obtenida por el productor del municipio de Santa Teresa.

En el municipio existen 323 productores de fríjol, se encuestaron a 60 del total mencionado y 10 intermediarios, en general estos productores no están integrados en la cadena de comercialización del fríjol ya que ellos venden su producción a los acopiadores de la zona o la trasladan a la cabecera departamental para venderla al mayorista.

Estas familias productoras de fríjol utilizan “tecnologías tradicionales”, el 80 % usa el arado con bueyes, el 30 % recibe asistencia técnica y el uso de semilla mejorada de fríjol fue poco con el 23 % de ellos utilizaron variedades mejoradas de fríjol.

Al comparar detenidamente el Margen Bruto de Comercialización (MBC) y el Margen Neto de Comercialización (MNC) podemos notar que aparentemente en el primer caso el productor obtiene un alto beneficio por su producción, sin embargo esto es porque en esta parte todavía no se incurre en los costos, al incluir estos como parte del ejercicio del MNC la realidad de la situación del productor es totalmente diferente ya que apenas obtiene el 21.90% lo implica que por cada córdoba C\$1.00 invertido se obtiene C\$ 0.2190, es decir que el productor está teniendo poder de posesión de su producto pero en baja escala y quienes se benefician de esta incapacidad por parte del productor son los demás intermediarios quienes al tener mayor información de precios y de mercado probablemente son los que obtienen un MNC mayor.

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

Encontramos que debido los cuellos de botellas los productores de fríjol tienen pocas oportunidades de obtener mayores utilidades, porque es dominada por los intermediarios quienes son los que se llevan la mayor parte de las ganancias.

Entre ellos tenemos la débil integración de los productores a la cadena de comercialización del fríjol debido a los bajos rendimientos productivos, la baja disponibilidad del crédito, la alta incidencia de plagas y enfermedades, la susceptibilidad del cultivo ante la irregularidad de los inviernos ya sea por severas sequías o por altas precipitaciones, el uso limitado de técnicas agrícolas, la falta de conocimiento o utilización de manejo postcosecha, la escasa asistencia técnica y capacitación, que los productores estén desvinculados del mercado, la poca organización de los productores, que el mercado es altamente vulnerable y susceptible a los cambios de precios desde el mercado nacional, el alto nivel de intermediación que se traduce en un alto costo del producto para el consumidor final, la falta de interés de los centros de acopios y para trabajar directamente con pequeños y medianos productores aduciendo que no tienen ni la experiencia, ni la logística necesaria para hacerlo y por último el mal estado de los caminos lo cual hace que a los productores se les dificulte sacar la producción de sus comunidades.

Entre las alternativas de solución podemos decir que en el eslabón productivo en este caso se debe considerar el aumento de los rendimientos y la productividad del cultivo, además de reducir los costos de producción.

Cabe mencionar que es de mucha importancia dentro de este eslabón el tema relacionado al manejo postcosecha del producto, cabe destacar que para solucionar dicho problema no sólo se necesita de inversión en infraestructura adecuada (bodegas, silos) sino de conocimientos y herramientas para asegurar un producto de calidad.

### **Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo**

Diseñar programas diferenciados de atención al sector productor de frijol según las zonas geográficas con características similares para contrarrestar a los diferentes factores que inciden negativamente en la actividad productiva, debido a que la calidad del rubro se define por el tipo de zona y época donde es cultivado, no es lo mismo el frijol producido en época de primera que el de apante.

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

### **1.1 INTRODUCCION**

Santa Teresa es un municipio cuya ventaja comparativa tradicionalmente ha radicado en una explotación de sus recursos naturales y en tal sentido se ha enfocado hacia los factores tierra y mano de obra.

Este municipio tradicionalmente se ha caracterizado por producir y comercializar productos agrícolas, destacándose principalmente el rubro de Fríjol. Este rubro conforma una estructura productiva que ha formado el patrón de comercialización y mercadeo del municipio.

El presente trabajo denominado: “Comercialización del cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo”, tiene como objetivo estudiar los márgenes de utilidad del fríjol rojo para determinar la ganancia obtenida por el productor quien participa en unos de los eslabones de la cadena de comercialización en el Municipio de Santa Teresa.

El análisis de los márgenes de comercialización tiene como objetivo principal determinar la magnitud del margen de ganancia del productor para observar el ingreso generado en el proceso de comercialización partiendo de la estructura funcional de los precios.

Para la recopilación de información se utilizaron instrumentos primarios tales como la aplicación de encuesta y la observación directa aplicadas a los diferentes agentes de la cadena y la revisión bibliográfica de artículos científicos y sitios web para la recopilación de información secundaria.

Dado el objetivo del estudio, los instrumentos para la recepción de la información primaria se aplicaron a los diferentes agentes que participan a lo largo de la cadena de comercialización desde el eslabón primario, es decir, desde el productor hasta el consumidor final.

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

La investigación, se estructura en los siguientes capítulos:

En el capítulo uno, se presenta el diseño de la investigación donde se aborda los aspectos generales del estudio en el se incluye la introducción, antecedente, justificación, objetivos, el planteamiento del problema, la formulación y sistematización del problema.

En el capítulo dos, se identifica los diferentes agentes que participan en la cadena de comercialización.

En el capítulo tres, se estiman los márgenes de comercialización que obtiene el productor en la cadena.

El capítulo cuatro, se mencionan los cuellos de botella o problemas encontrados en cada uno de los eslabones de la cadena de comercialización.

El capítulo cinco, se proponen alternativas de solución a los cuellos de botellas o problemas encontrados en cada uno de los eslabones de la cadena.

Finalmente se presentan las conclusiones

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

### **1.2 Justificación**

El presente nace de la de la necesidad de identificar los problemas que se enfrentan en la cadena de comercialización del cultivo de fríjol que se está produciendo principalmente en el municipio de Santa Teresa, Carazo, con exactitud lo que se quiere es identificar a los diferentes agentes que intervienen en esta cadena de comercialización para conocer si el productor está obteniendo ganancia al comercializar este producto en el mercado.

El estudio pretende dar una aproximación de cómo se realiza la comercialización de esta variedad de fríjol en el municipio de Santa Teresa, Carazo, y dar información sobre el comportamiento del rubro con respecto a su comercialización y producción, teniendo en cuenta que la misma sea de mucha utilidad para siguientes trabajos investigativos, al presentar esta documentación se quiere contribuir en crear conciencia para la realización de búsqueda de nuevos mercados, en función de que haya un desarrollo económico para que se beneficie al municipio y por ende a sus productores.

Por lo antes mencionado la importancia del estudio radica en contribuir al conocimiento de los productores, organizaciones gremiales, académicos e instituciones estatales o privadas del municipio, en cuanto a la visión de comercialización para proponer alternativas de intervención más efectiva, que involucre a los diversos actores del territorio, instituciones públicas, organizaciones gubernamentales etc. Para lograr aprovechar el capital humano y financiero para mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

### **1.4 Formulación del Problema.**

¿Es bajo el margen de ganancia de los productores en relación al precio final del consumidor dentro de la cadena de comercialización de fríjol rojo en el municipio de Santa Teresa, Carazo?

#### **1.4.1 Sistematización del Problema.**

¿Cuáles son los diferentes eslabones que componen la cadena de comercialización de Fríjol Rojo en el municipio?

¿Qué agentes participan dentro de las cadenas de comercialización en el cultivo de Fríjol Rojo en el municipio?

¿Son los altos costos en la producción una condición para que los productores tengan un bajo margen de ganancia en la cadena de comercialización del cultivo de Fríjol Rojo?

¿Qué alternativas de solución se propondrían para disminuyan los costos de producción y obtengan una alto margen de ganancia en la cadena de comercialización del cultivo de Fríjol Rojo?

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

### **1.5 Problema de Investigación**

#### ***Planteamiento del Problema.***

En Nicaragua la producción de fríjol es de gran importancia por ser una fuente alimenticia ya que tiene cualidades nutritivas por su alto contenido de proteínas, es por tal motivo que este es uno de los productos principales que no deja de faltar en la dieta diaria de miles de nicaragüenses.

La siembra de frijoles es una actividad que está en manos de pequeños productores, muchos de los cuales realizan una producción de subsistencia o de auto-consumo, estos productores se caracterizan por contar con pocos recursos para el proceso de producción (por ejemplo bajos niveles de tecnología), además presentan limitantes que afectan el proceso de comercialización tales como la falta de acceso al crédito, muy poca o peor aún ninguna organización y sobre todo el poco conocimiento del mercado.

En el municipio de Santa Teresa encontramos que el fríjol rojo es uno de los rubros más importantes para su producción, el cual se destina tanto para auto-consumo y para su comercialización siendo este uno de los alimentos importantes a diferencia de otros granos ya que es un cultivo que se ha caracterizado en los últimos años por ser autosuficientes.

No obstante a pesar de la importancia del fríjol, la producción de este rubro se ha caracterizado por tener niveles de producción y productividad bajos. Debido a que este cultivo es altamente vulnerable a los daños climáticos, a las incidencias de plagas y la falta de un buen desarrollo tecnológico. Podemos observar que la producción se encuentra marcada también por una alta estacionalidad con respecto a las épocas de siembra, la cual crea una serie de problemas para su almacenamiento, debido a que nuestros productores no

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

cuentan con infraestructura adecuada esto por los altos costos económicos que esto implica.

Los productores de frijol realizan la comercialización de manera informal donde predomina el precio impuesto por los diferentes comerciantes intermediarios de este rubro, precio que además presenta muchos cambios muestran la débil integración de los productores a la cadena de comercialización del frijol debido a los bajos rendimientos productivos porque la tierra ha perdido fertilidad y los costos de los insumos de producción son muy altos y el uso de tecnología productiva es casi inexistente

De continuar estos problemas antes mencionados nos podemos encontrar con que se bajen los niveles de producción dando como resultado la escasez del producto para la venta al mercado y este suba de precios al consumidor afectando todos los eslabones de la cadena de comercialización del frijol rojo.

En el presente documento se pretenden conocer los márgenes de utilidad del productor el cual está ubicado en el primer eslabón de la cadena de comercialización del frijol rojo en el Municipio de Santa Teresa, Carazo, en el periodo del año 2007-2008.

Los elementos importantes como alternativa de solución a estos problemas que enfrentan estos productores es que ellos puedan tener el acceso a tecnologías de postcosecha como los silos metálicos para guardar la producción, las capacitaciones técnicas sobre el manejo integrado de plagas, densidades de siembra, producción de semillas para la próxima época, el acceso al crédito, acceso a semilla de calidad para producir y lo más importantes que estén organizados de forma centralizada, puesto que la organización es parte fundamental y esta puede ser por medio de organismos Gubernamentales( INTA, MAGFOR IDR), ONG's , Cooperativas etc.

## **1.6 Objetivos de la Investigación**

### **1.6.1 Objetivo General**

Estudiar los márgenes de utilidad del Fríjol Rojo para determinar la ganancia obtenida por el productor quien participa en uno de los eslabones de la cadena de comercialización del municipio de Santa Teresa.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

- 1- Identificar a los diferentes Agentes que participan en las cadenas de comercialización de Fríjol Rojo.
- 2- Estimar los márgenes de comercialización del productor en la cadena de comercialización de Fríjol Rojo.
- 3- Mencionar los cuellos de botellas o problemas encontrados en cada uno de los eslabones de la cadena de comercialización de Fríjol Rojo.
- 4- Proponer alternativas de solución a los cuellos de botellas problemas encontrados encada uno de los eslabones la cadena de Fríjol Rojo.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **2. Agentes que participan en la cadena de comercialización en el municipio de Santa Teresa**

Tomando en cuenta que el productor se rige por los precios impuestos por los diferentes intermediarios, se realizó una encuesta dirigida a los comerciantes intermediarios, para conocer con más detalle cómo se desarrolla esta actividad, que conlleve a realizar una propuesta para superar los obstáculos que tienen los productores para obtener mejores beneficios en la cadena de comercialización del frijol.

En el municipio existen 323<sup>1</sup> productores de frijol, entre pequeños y medianos, que se integran a la cadena de comercialización del frijol, la producción la venden en su mayoría a los acopiadores de la zona, o la trasladan a la cabecera departamental para venderla en el mercado local. Se encuestaron a 60 productores de frijol del total mencionado; el muestreo se realizó de forma estadística aleatoria con nivel de confianza del 90 %. Se entrevistó a un total de 10 intermediarios basados en un muestreo por conveniencia y criterio<sup>2</sup>, este se basa en la contribución que los elementos tomados en cuenta puedan aportar al problema en sí.

Según el análisis de encuestas a comercializadores de frijol, el 78% manifiesta comprarlo en las parcelas y casas de los productores y productoras, el restante 22% lo compran en los mercados mayoristas; esto podría indicar una ventaja en la cadena de comercialización, ya que los pequeños y medianos

---

<sup>1</sup> INEC(Instituto Nacional de estadística y Censo,N).2001. 3er censo agropecuario: Resultado finales; Departamento de Carazo,b.10,233p.Mangua Nicaragua

<sup>2</sup> Kinner. Thomas C, Taylor. James R. "Investigación de Mercados, Un Enfoque Aplicado" Editorial Nomos S.a. 1993, 367P.

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

productores se ahorran el costo de transporte de la finca hacia los mercados, sin embargo, obtienen precios bajos en relación al precio real del mercado.

Este sistema de comercialización carente de organización e información de precios ubica a los productores con una débil integración a la cadena de comercialización.

El 89 por ciento de los productores encuestados comercializan el fríjol dentro del municipio y apenas un 11 por ciento lo comercializa fuera del municipio pero en el mismo departamento, por lo que obtienen precios inferiores a los que se obtendrían en mercados del departamento o de la capital.

### **2.1 Productores agrícolas.**

La superficie dedicada a la producción del frijoles es de 1,238 manzanas, que representa el 28 por ciento del área agrícola total. El fríjol se siembra en las 7 comunidades, se destacan las comunidades de Ochomogo con una participación del 24 por ciento, Santa Gertrudis con el 20 por ciento, Los Parrales con el 17 por ciento, Los Gómez con una participación del 14 por ciento, Los Prados con el 15 por ciento, La Hormiga con el 10 por ciento y El Guacimito con el siete por ciento sobre el total del área sembrada de fríjol.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

**Figura 1. Peso de la superficie dedicada a producción de fríjol**



Fuente: Elaboración propia por medio de encuesta de mercado de frijol.

La producción agrícola del cultivo de frijol rojo en el municipio de Santa Teresa es en dos épocas de siembra, primera y postrera, están determinadas por las condiciones agroclimáticas y la precocidad de las variedades. La siembra de primera se efectúa entre el 15 de mayo y la segunda semana de junio, con salidas de cosechas en agosto y septiembre. La siembra de postrera se realiza entre el 15 de agosto y mediados de septiembre con salida de cosechas en los meses noviembre y diciembre.

Según cifras del Departamento de Estadísticas del MAGFOR<sup>3</sup> para el ciclo agrícola del 2007 a nivel del municipio de Santa Teresa se cosecharon 315 manzanas de frijol rojo lo que representó el 25% del área cosechada del departamento Carazo con 1,238 manzanas, el volumen total de producción

---

<sup>3</sup> MAGFOR (Ministerio Agropecuario y Forestal) División de estadísticas del MGFOR semana agropecuaria año 2007

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

obtenido es de 3,767.4 quintales para las 315 manzanas lo que nos muestra que por cada manzana hay un promedio de 12 qq.

El análisis de los datos de las 60 encuestas realizadas a productores revela que el 88.50 por ciento son productores de frijol, mientras que el otro 11.50 son productores de maíz y sorgo.

El análisis también revela que el 66.67% de productores tienen un tamaño menor a 10 manzanas, siendo estos la mayoría, los cuales no poseen infraestructura de almacenamiento y no son sujetos de crédito por el alto riesgo que esta actividad representa, debido a la irregularidad del régimen lluvioso que se ha registrado en los últimos años, el 18.33% dice tener hasta 40 manzanas, un 10% hace referencia de tener un rango mayor de 40 manzanas y apenas el 5 por ciento de los productores dijo no tener ningún tipo de tenencia de tierra,( ver cuadro n°1).

**Cuadro 1. Área promedio de siembra de frijol por tipología de la familia productora**

Tipología de la familia	Rango de área en manzanas	Número de familias	Familias que siembran frijol (%)
Pequeña	1 a 10	40	66.67
Mediana	10 a 40	11	18.33
Grande	Más de 40	6	10
No tienen tierra		3	5
Total		60	100

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de mercado de frijol a productores de la zona, año 2007.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

En general estos productores no están integrados en la cadena de comercialización del fríjol ya que ellos venden su producción a los acopiadores de la zona o la trasladan a la cabecera departamental para venderla al mayorista.

Se encontró que la mayoría de las familias productoras de fríjol utilizan “tecnologías tradicionales”, el 80 por ciento de las familias usa el arado con bueyes, esta misma encuesta reveló que apenas el 28 por ciento de los productores recibe asistencia técnica. El uso de semilla mejorada de fríjol fue poco frecuente entre los productores del municipio, en el año 2008 solamente el 23 por ciento de las familias utilizaron variedades mejoradas de fríjol (Ver cuadro n° 2).

**Cuadro 2. Tecnología arado con bueyes y asistencia técnica**

Respuesta	Arado con bueyes		Recibe asistencia técnica		uso de semilla criolla	
	frecuencia	%	frecuencia	%	frecuencia	%
SI	48	80	17	28	14	23
NO	12	20	42	72	46	77
TOTAL	60	100	60	100	60	100

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de mercado de frijol a productores de la zona, año 2007.

### **2.2 Intermediarios minoristas y detallistas**

El acopio y comercialización de fríjol en el municipio está en su mayoría en manos de pequeños intermediarios (acopiadores minoristas y detallistas), que generalmente son de la localidad y que se movilizan acopiando la producción ya sea directamente en las parcelas o en las casas de los productores, el producto acopiado lo venden a los detallistas del municipio o al menudeo en los

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

mercados municipales, tiendas de abarrotes, barrios, ferias, y zonas residenciales.

El 67 por ciento de los comerciantes encuestados en el municipio son acopiadores intermediarios minoristas y detallistas, quienes manejan un capital promedio de C\$ 2,500.00 (Dos mil quinientos córdobas) que lo utilizan para acopiar en promedio cinco quintales de fríjol en su mayoría de color rojo claro y retinto.

### **2.3 Comerciantes mayoristas**

Encontramos que las personas que son originarias de la cabecera departamental cuentan con buena solvencia económica, amplio dominio del mercado nacional y son quienes establecen los precios de acuerdo a la oferta y demanda siendo ellos quienes abastecen a los comerciantes mayoristas los que son abastecidos por su propia flota de transporte; en menor escala son abastecidos por el productor que llega a la ciudad a vender su producto y a su vez estos comerciantes mayoristas son los que abastecen al mercado local.

Encontramos que el 33 por ciento son comerciantes mayoristas, que manejan un capital promedio de C\$ 15,000.00 (Quince mil córdobas netos) utilizados para el acopio promedio de 30 quintales de fríjol en su mayoría de color rojo claro y retinto y en menor cantidad los de color negro, blanco.

La mayoría de los comerciantes acopian el fríjol en comunidades aledañas a los municipios de Santa Teresa y La Conquista y en otros municipios del departamento de Carazo y una pequeña parte sale a acopiar a otros lugares fuera del departamento. La mayor parte de los comercializadores coinciden que el mejor fríjol se produce en las comunidades de Santa Teresa, La Conquista y la zona costera del departamento de Carazo y una minoría opino que el mejor

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

fríjol proviene fuera del departamento; estos resultados nos indican que aquí se tiene potencial para la producción de frijol de calidad.

Los criterios más utilizados por los acopiadores para la compra y venta de frijol son: el color de grano, preferiblemente los de color rojo claro y retinto y que tengan calidad (fríjol limpio, de tamaño uniforme y con testa de grano suave). Los intermediarios en su mayoría realizan el acopio al momento de la cosecha y en los meses posteriores a la cosecha, esto se debe a que los productores venden sus productos al momento de la cosecha por no disponer de infraestructuras de almacenamiento, en esos momentos el bien tiene un precio bajo, solo una pequeña parte acopia en otros momentos; la forma de pago es de contado al momento del acopio, sin realizar ningún tipo de trato, salvo en casos excepcionales que realizan trato de manera verbal.

En cuanto a los costos de acopio que incurre el intermediario, el 55% de los encuestados contestó tener costos en su mayoría por concepto de pago de transporte con un costo promedio por quintal de C\$ 10.00 (Diez córdobas netos por quintal). El 22% de los encuestados respondió incurrir en costos en limpieza y selección con un promedio de C\$ 20.00 por quintal y el restante 23% de los encuestados no realiza ningún tipo de gastos ya que lo compran directamente al productor en su casa de habitación, cuando este baja al pueblo a vender su producción.

Otro dato interesante es que los intermediarios minoristas y detallistas que se dedican al acopio y venta de frijol, son en su mayoría mujeres; caso contrario los intermediarios mayoristas que en su mayoría son hombres que manejan un capital considerable para la compra y venta de este rubro. El número de miembros de la familia que apoyan el negocio de compra venta de frijol en promedio es de dos, estos en su mayoría son cónyuges, hijos(as),

### **Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo**

hermanos(as) y en una minoría otros miembros de la familia como nueras, madre y sobrinos, lo que indica que este negocio involucra a toda la familia encabezado por mujeres.

Se puede observar que los clientes de los intermediarios minoristas y detallistas en su mayoría son las pulperías, amas de casa y vendedoras de frijol cocido; en cambio los principales clientes de los intermediarios mayoristas son los mercados y pulperías; en cuanto al comportamiento de precios del frijol, los encuestados opinaron que los precios más altos se registran en los primeros meses del año (Febrero-Mayo) y los precios más bajos se registran en los meses de cosecha de la producción de primera (Agosto, Septiembre) y de la producción de postrera (Noviembre -Enero).

Podemos observar que el 67% de los productores son minoristas y detallistas siendo estos la mayoría, mientras que el 33% de estos son mayoristas, (Ver cuadro n° 3).

**Cuadro 3. Tipo de intermediarios acopiadores minoristas y detallistas, mayoristas**

Tipo de comerciante	%
Minoristas y detallista	67
Mayoristas	33

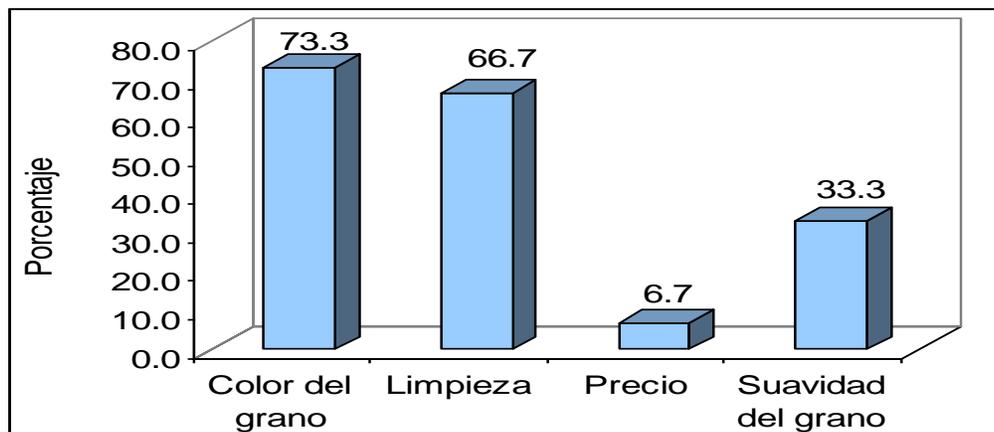
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de mercado de frijol a productores de la zona, año 2007.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **2.4 Consumidor final.**

El destino final que tiene el Fríjol es el consumo humano, al igual que otros granos de consumo básico constituye la base de consumo calórico-proteico de la gran mayoría de la población. El fríjol producido por las comunidades rurales del municipio de Santa Teresa, es comercializado en los cascos urbanos de Santa Teresa y Jinotepe. Del volumen total de producción de fríjol de las comunidades, un 78 por ciento es destinado a la comercialización en el casco urbano y el 22 por ciento es destinado al autoconsumo de las familias que lo producen.

**Figura 2. Criterios para comprar fríjol**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de mercado de fríjol a productores de la zona.

La figura 2 presenta los criterios que la población toma en cuenta al momento de comprar fríjol, los más importantes son: el color, limpieza y suavidad del grano. Otros criterios, como el precio, es considerado pero con un menor grado de importancia, el tamaño no es considerado como un criterio importante al momento de la compra del grano. El color del grano se refiere al rojo claro, y corresponde al color del fríjol criollo. Es un criterio que ha tomado importancia

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

ante el surgimiento y difusión de nuevas variedades de fríjol como el DOR-364, que posee color rojo oscuro el cual no es muy apetecido por los consumidores.

Tal como se presenta en el cuadro 4, los principales lugares donde la población urbana de Santa Teresa se abastece de fríjol son el mercado con el 53.3% siendo este el lugar donde la mayor parte de la población se abastece, luego encontramos que en las pulperías con el 33.3%, luego encontramos que el 6.7% es comprado en el supermercado y por ultimo tenemos al productor con el 6%.

**Cuadro 4. Lugares donde los consumidores compran fríjol**

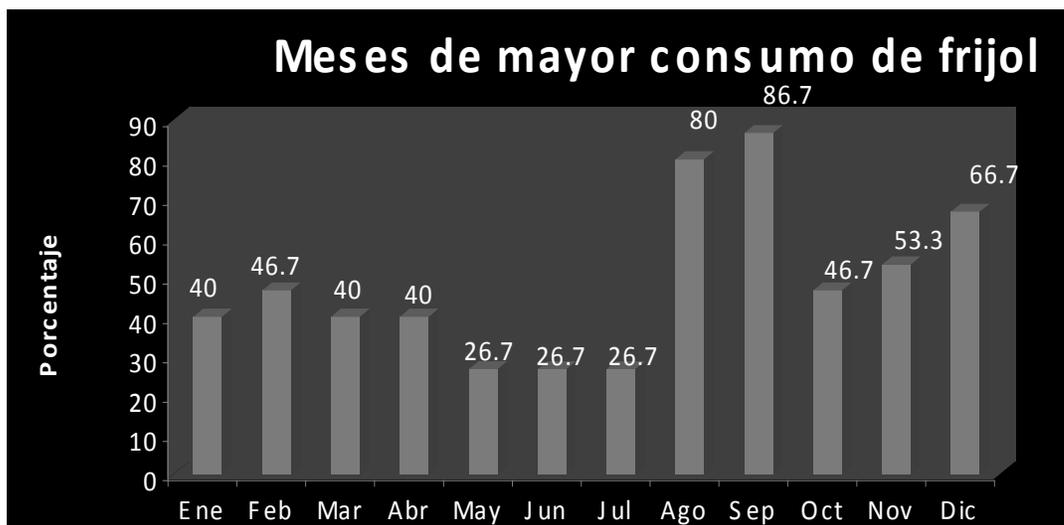
Lugar de compra	Porcentaje
1. Al productor	6.07
2. Pulpería	33.3
3. Mercado	53.3
4. Supermercado	6.7
5. Total	100.0

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de mercado de fríjol a productores de la zona, año 2007.

El precio promedio al que el consumidor obtiene el producto es de C\$ 7.60 por libra, con precios mínimos de C\$ 6.50 y precios máximos de C\$ 10.00 según las variaciones de la oferta de fríjol a lo largo del año.

La figura 3, muestra la dinámica del consumo de fríjol entre la población urbana de Santa Teresa. De acuerdo con estos datos, los meses de mayor consumo de fríjol son Agosto, Septiembre y Diciembre, lo que coincide con la salida de cosecha de la época de primera (Agosto, Septiembre) y la salida de la cosecha de postrera (Diciembre). En el mes Marzo el consumo comienza a disminuir hasta volverse crítico en el período de Mayo a Julio, donde los productores de fríjol han agotado sus existencias.

**Figura 3. Meses de mayor consumo de frijol**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de mercado de frijol a productores de la zona, año 2007.

### **3. Márgenes de comercialización del productor en la cadena de comercialización en el municipio de Santa Teresa, Carazo.**

Tradicionalmente por comercialización agraria o comercialización de productos agrarios se entiende “el proceso que lleva a los productos agrarios desde la explotación agraria hasta el consumidor” (Caldentey 1992).

En este proceso se identifican diferentes agentes quienes se encargan de darle dinámica (funciones de comercialización) al mismo. Así mismo a través de esta dinámica se da la conformación del circuito de comercialización o cadena de comercialización.

En la cadena de comercialización del frijol rojo del municipio de Santa Teresa, existen diferentes agentes entre los que se encuentran, Productor, intermediarios Mayoristas, intermediarios minoristas y detallistas.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

Como se mencionó anteriormente en el municipio de Santa Teresa encontramos que el fríjol rojo es uno de los rubros más importantes para su producción, el cual se destina tanto para auto-consumo y para su comercialización, sin embargo, este rubro se ha caracterizado por tener niveles de producción y productividad bajos y desigualdades para el productor en cuanto a la obtención de mejores márgenes de comercialización y mayor participación en el flujo de comercialización.

En base al interés del estudio con la información obtenida se calcularon los márgenes de comercialización referentes al productor: margen bruto de comercialización (MBC), la participación directa del productor (PDP) y el margen neto de comercialización (MNC).

Para llevar a cabo el cálculo de los márgenes de comercialización se utilizaron las siguientes fórmulas: Margen bruto de comercialización (MBC)

$$MBC = \left[ \frac{\left( \frac{\text{Precio de un producto pagado por el consumidor}}{\text{Precio de un producto pagado por el consumidor}} \right) - \left( \frac{\text{Precio recibido por el productor en L.}}{\text{Precio de un producto pagado por el consumidor}} \right)}{\text{Precio de un producto pagado por el consumidor}} \right] \times 100$$

Participación directa del productor (PDP)

$$PDP = \left( \frac{\text{Precio al productor}}{\text{Precio al consumidor}} \right) \times 100$$

Margen neto de comercialización (MNC)

$$MNC = \left[ \frac{\left( \frac{\text{Precio al consumidor}}{\text{Precio al productor}} \right) - \left( \frac{\text{Costos de comercialización}}{\text{Precio al consumidor}} \right)}{\text{Precio al consumidor}} \right] \times 100$$

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **3.1 Margen bruto de comercialización**

Margen bruto de toda la intermediación
$\text{MBC} = \frac{760 - 350}{760} \times 100 = 53.94\%$

Cabe señalar que el resultado de 53.94 % significa que C\$ 0.5394 (cincuenta y tres centavos) son captados por los agentes de intermediación ajenos al productor es decir en el proceso de comercialización un 53.94% de ganancia se distribuye entre los diferentes eslabones del circuito de comercialización y el resto 46.06% son captados por los productores.

Es importante mencionar que el precio final al que se hace referencia es al precio final en que compra el producto el agente detallista.

#### **3.1.1 Participación del productor**

Participación del Productor
$\text{PDP} = \left( \frac{350}{760} \right) 100 = 46.06\%$

En lo que respecta a la participación del productor en toda la cadena equivale al 46.06 %, esto significa que por cada C\$ 1.00 (córdoba) que paga el consumidor final C\$ 0.4606 (cuarenta y seis centavos córdobas) son captado por el productor.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **3.2 Margen neto de comercialización**

$$\text{MNC} = \frac{((760 - 350) - (243.5))}{760} * 100$$
$$\text{MNC} = 21.90\%$$

El margen neto de comercialización es lo mismo que el margen bruto de comercialización menos los costos de transporte, fletes, peajes y los intereses al capital invertido durante el tiempo que se demore el intermediario en vender el producto.

Como se puede observar el MNC del productor es negativo lo cual implica una pérdida en la inversión real del productor, esto tiene argumento que en dependencia de la variabilidad de los costos, la época de siembra y la incapacidad de ubicación del producto con un precio de venta eficiente.

Si comparamos detenidamente el MBC y el MNC podemos notar que aparentemente en el primer caso el productor obtiene un alto beneficio por su producción, sin embargo esto es porque en esta parte todavía no se incurre en los costos, al incluir estos como parte del ejercicio del MNC la realidad de la situación del productor es totalmente diferente ya que apenas obtiene el 21.90% lo implica que por cada córdoba C\$1.00 invertido se obtiene C\$ 0.2190 centavos de ganancia.

En conclusión podemos decir que el productor está teniendo poder de posesión de su producto pero en menor escala y quienes se benefician de esta incapacidad por parte del productor (que está relacionado con las problemáticas mencionadas con anterioridad) son los demás intermediarios quienes al tener mayor información de precios y de mercado probablemente son los que obtienen un MNC mayor.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **4. Cuellos de botella o problemas encontrados**

Los productores de frijol tienen pocas oportunidades de obtener mayor utilidades, porque es dominada por los intermediarios quienes son los que se llevan la mayor parte de las ganancias.

Los principales cuellos de botella que se encuentran en la producción y la comercialización de frijol rojo son:

- Débil integración de los productores a la cadena de comercialización del frijol debido a los bajos rendimientos productivos porque la tierra ha perdido fertilidad y los costos de los insumos de producción son muy altos y el uso de tecnología productiva es casi inexistente
- Baja disponibilidad del crédito a pequeños y medianos productores lo que ocasiona un manejo deficiente de las áreas de siembra.
- Alta incidencia de plagas y enfermedades en las plantaciones de frijol
- La susceptibilidad del cultivo ante la irregularidad de los inviernos ya sea por severas sequías o por altas precipitaciones. Por tanto provoca la alta vulnerabilidad a los cambios climáticos ya sea por exceso de lluvia o ausencia de éstas.
- Uso limitado de técnicas agrícolas como son: Poca utilización o ninguna utilización de semillas de variedades híbridas o mejoradas debido a los altos costos para la obtención de la misma, o bien por que los productores cultivan con semillas criollas por cultura, de prácticas MIP, obras de conservación de suelo y agua,

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

- Falta de conocimiento o utilización de manejo postcosecha como son los silos metálicos y de infraestructura de secado como las casetas de almacenamiento lo que favorece que tengan considerables pérdidas post-cosecha y se realice la venta del producto al momento de la cosecha.
- Escasa asistencia técnica y capacitación, en el caso de la existente se encuentra enfocada principalmente a la fase productiva, dejando a un lado la fase de comercialización obteniéndola apenas el 31% de los productores.
- Productores desvinculados del mercado que mejor retribuye en la cadena para la comercialización del producto.
- Poca organización de los productores de fríjol tanto para la etapa de producción como para la comercialización ya que la mayoría de los productores trabaja y comercializa de manera individual, el grado de asociatividad en el sector es casi inexistente.
- Mercado altamente vulnerable y susceptible a los cambios de precios desde el mercado nacional.
- Alto nivel de intermediación que se traduce en un alto costo del producto para el consumidor final principalmente en la vía de la cadena de los mercados populares.

### *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

- Falta de interés o deseo de las centros de acopios y de fríjol para trabajar directamente con pequeños y medianos productores aduciendo que no tienen ni la experiencia, ni la logística necesaria para hacerlo.
- El mal estado de los caminos representa una restricción para que los productores realicen la comercialización de sus productos.

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

### **5. Alternativas de solución de los cuellos de botella o problemas**

Como se planteó anteriormente los principales cuellos de botella para los productores se encuentran en el eslabón productivo por los altos costos productivos y en el eslabón de la comercialización por el alto nivel de intermediación. Por lo que se requiere de alternativas efectivas para darle solución a estos problemas encontrados en la cadena de comercialización.

En el eslabón productivo en este caso se debe considerar el aumento de los rendimientos y la productividad y la reducción de los costos de producción del cultivo con la utilización de nuevas tecnologías tales como variedades mejoradas las cuales sean de rápido desarrollo, en pocas palabras que la producción salga en menor tiempo, tolerantes a plagas y enfermedades y a los cambios climáticos, tomando en cuenta que la misma sea adaptable a la zona debido a los distintos suelos.

Cabe mencionar que es de mucha importancia dentro de este eslabón el tema relacionado al manejo postcosecha del producto, siendo este altamente vulnerable a daños durante esta fase (presencia de plagas, pérdida de humedad, suciedad). Cabe destacar que para solucionar dicho problema no sólo se necesita de inversión en infraestructura adecuada (bodegas, silos) sino de conocimientos y herramientas para asegurar un producto de calidad.

De igual forma no puede olvidarse la problemática respecto al recurso tierra, el cual día a día pierde fertilidad por las diferentes acciones del hombre. Aunque el costo monetario puede ser negativo para los productores, se requiere principalmente de disposición y voluntad por parte de ellos para cambiar dicha situación realizando una aplicación de prácticas de tecnologías de suelo, agua y agroforestería (OCSA) entre ellas podemos mencionar las curvas a nivel, barreras vivas, barreras muertas, cercas vivas, sistemas silvopastoril y

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

agrosilvopastoril, .distancias de siembras, labranzas conservacionistas, abono orgánico, cortinas rompevientos entre otras

De tal manera se deben diseñar programas diferenciados de atención al sector productor de fríjol según las zonas geográficas con características similares para contrarrestar a los diferentes factores que inciden negativamente en la actividad productiva, debido a que la calidad del rubro se define por el tipo de zona y época donde es cultivado, no es lo mismo el fríjol producido en época de primera que el de apante.

Entre las acciones más relevantes a considerar están: La vulnerabilidad que el rubro tiene con los cambios climáticos, bajos rendimientos productivos, alta incidencia de plagas y enfermedades, escasa asistencia técnica y capacitación y poca oferta de crédito.

En el caso del eslabón de producción en la cadena de comercialización la tarea principal es asegurar un producto de calidad que cumpla con las expectativas del consumidor final principalmente en cuanto a menor tiempo de cocción. Además de apoyar la inserción de los productores a nuevos mercados y a organizarse en cooperativa u otras organizaciones tanto Gubernamentales así como ONG's.

Sin embargo para ello, se requiere trabajar a nivel de organizar la oferta productiva, crear empresas de pequeños productores con capacidad de negociación trabajando de manera articulada con otros actores (proveedores de insumos y servicios de apoyo a la producción) y apoyarles para conocer la dinámica del mercado, los estándares de calidad establecidos, además de contar con una fuerte capacidad de gestión y negociación.

### **Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo**

Estudiar mejor las experiencias de pequeños productores cuando han intentado organizar modelos de retención de granos, para derivar lecciones que les permitan reconocerse como actores del mercado, sus fortalezas y debilidades.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **6. Conclusiones.**

En lo referente al trabajo investigativo realizado y a los objetivos planteados se presentan las siguientes conclusiones:

1. Con respecto a la cadena de comercialización de la zona de estudio, se encontró que está formada por cinco agentes, el productor, intermediario, mayorista, detallista y el consumidor final.
2. Los productores están integrados en la cadena de comercialización del fríjol, pero esta integración la realizan desde sus parcelas o casas de habitación lo que los ubica en una posición de desventaja recibiendo precios más bajos por su producto que los establecidos en los mercados tanto locales como nacionales al compáralos detenidamente tanto el MBC y el MNC podemos notar que aparentemente en el primer caso el productor obtiene un alto beneficio por su producción, sin embargo esto es porque en esta parte todavía no se incurre en los costos, al incluir estos, como parte del ejercicio del MNC la realidad de la situación del productor es totalmente diferente. ya que apenas obtiene el 21.90% lo implica que por cada córdoba C\$1.00 invertido se obtiene C\$20.90
3. Las actividades agropecuarias se ven las que se ven afectadas por los principales problemas que restringen la producción como son: falta de crédito, altos precios de los insumos agropecuarios, alta incidencia de plagas y enfermedades, caminos en mal estado, y la falta de tierra. El crecimiento económico del municipio se ve afectado por el poco uso de mejores técnicas de producción.
4. Los márgenes brutos de comercialización de los agentes participante en la cadena de comercialización del fríjol rojo, reflejan los siguientes resultados, el productor dentro de la cadena tiene una participación de 53.94% y el restante de la intermediación de la cadena es de 46.06%.

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **Bibliografía**

1. CIAT, 1985; Investigación y producción de frijol. Referencia de los cursos de capacitación sobre frijol dictados por el centro internacional de agricultura tropical.
2. Características del Departamento de Managua, INEC, III CENAGRO, 2005.
3. Mendoza, GJ. 1982. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. 2 ed. San José, CR, IICA. 335 p.
4. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA; Cadena Agroindustrial del Frijol, Nicaragua 2004.
5. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA; Guía práctica para la exportación a EE.UU. de frijol rojo, Managua febrero del 2007
6. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA; Frijol estudio de la cadena Agroindustrial, Febrero 2009.
7. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria, INTA; Estudio de la cadena de comercialización del frijol
8. Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria, INTA; Manual de manejo integrado de plagas en el cultivo de frijol 1996.
9. Informe de cadena de frijol en Nicaragua, Mayo 2007, NITLAPAN.

## *Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo*

10. Mesa de Fríjol de Carazo; 27 de noviembre del 2008.
11. Ministerio Agropecuario y Forestal, MAGFOR; Información de precios y mercados, Managua 2001
12. Burgeois, R; Herrera, D. 1995. El enfoque participativo para la transformación de los sistemas Agroalimentarios: cadenas y dialogo para la acción. San José, CR, IICA. 194 p.
13. Cadenas agroalimentarias para el mejoramiento de la competitividad de productores y productoras, memoria de talleres realizados en Marzo del 2003.

### ***Dirección de páginas Web visitada***

1. <http://www.magfor.gob.ni>
2. <http://www.ruta.org>,
3. <http://www.vecoma.org>
4. <http://www.pasolac.org.ni>
5. <http://www.inta.gob.ni>
6. <http://www.funica.org.ni>
7. <http://www.inifom.org>
8. <http://www.iica.int.ni/>
9. <http://www.bionica.info>
10. <http://www.agronegocios.gob.com>
11. <http://www.mailxmail.com>

**Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo**

**Anexos**

**Anexo N°1**

**Costos Agrícolas Apante/Tecnificado con Bueyes**

Conceptos	Cantidad o dosis	U/M	Costo Unit. C\$	Costo Total C\$
1. Alquiler de la tierra	1	Mz	266.9	266.9
2. Labores agrícolas				225
Arado (Buey)	1	Pase	125	125
Raya de siembra (Buey)	1	Pase	100	100
3. Mano de obra				1,347.5
Chapia	4	DH	35	140
Barrida y quema	2	DH	35	70
Siembra	2	DH	35	70
Control de babosa	0.5	DH	35	17.5
Aplic. de fert (NPK) + insecticida (1)	2	DH	35	70
Aplic. de insect + fungicidas (1)	4	DH	35	140
Deshierba	8	DH	35	280
Arranca de matas ( cosecha)	4	DH	35	140
Secado	8	DH	35	280
Aporreo	4	DH	35	140
4. Insumos				1,045.2
Semilla (Criolla)	85	Lbs.	4	340
Completo	2	QQ	145	290
Lorsban 4E	1.4	Lts.	119	166.6
ORTHO-B	22	Lbs.	7	154
Benlate	4	Onz.	9.9	39.6
Oxicloruro de cobre	1	Kg.	46	46
Sacos	3	Unid.	3	9
5. Servicios				45
Transp. de insumos	3	QQ	5	15
Transp. de cosecha	15	QQ	2	30
6. Cosecha				15
Limpieza	15	QQ	1	15
7. Costo total agrícola				2,944.5
8. Administración				
5% del costo agrícola				147.2
9. Gastos financieros				121.5
10. Costo total				3,213.3
Rendimiento esperado QQ/MZ				
Costo unitario		QQ		243.5

Fuente: Base a datos MAGFOR

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### Anexo N° 2

**Precios de comercialización en cada uno de los eslabones de la cadena de frijol rojo en Santa Tresa, Carazo.**

<i>Agentes</i>	<i>Precio promedio en C\$ por qq del frijol rojo</i>
<i>Productor</i>	350
<i>Intermediario Mayorista</i>	460
<i>Intermediario Minorista</i>	670
<i>Consumidor final</i>	760

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de mercado de frijol a productores de la zona, año 2007

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **Anexo N° .3**

La siguiente encuesta va dirigida netamente a los productores de Frijol Rojo en el municipio de Santa Teresa, Carazo; el propósito de la misma es la de obtener datos que permitan cumplir con el objetivo que es Identificar el mecanismo de comercialización de este rubro de los productores del municipio.

Nombre del Encuestador \_\_\_\_\_ N° de Encuesta \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

#### **I. DATOS GENERALES**

1- Nombre y Apellidos: \_\_\_\_\_

2- Edad: \_\_\_\_\_

3- Sexo 1: Masculino

2: Femenino

4- Departamento: \_\_\_\_\_

5- Municipio: \_\_\_\_\_

6- Comunidad: \_\_\_\_\_

7- Tipo de productor:

1. Pequeño

2. Mediano

3. Grande

4. Otros

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### II. PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

1- Área de Siembra de frijol/Mz. \_\_\_\_\_

3- Desde cuando siembra frijol. \_\_\_\_\_

Variedad Actual	Área Sembrada Actual	En Producción	Cant. Comer. Año pasado	Pérdidas Unidades/Año
Frijol Rojo				
Frijol Negro				
Otras				

4- De la producción obtenida cuanta comercializa (%). \_\_\_\_\_

5- Período y volúmenes de venta. \_\_\_\_\_

6- Destino de Venta

- 1: Consumidor
- 2: Detallista
- 3: Intermediario
- 4: Mayorista
- 5: Otros

9- Tipo de transporte para comercializar \_\_\_\_\_

- 1: Propio
- 2: Alquilado
- 3: Privado (T. Intermediario)

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### II.1. PRECIO

#### 1- Precio en cada uno de los agentes de la cadena

Tipo Consumidor	Precio de Venta
Intermediario	
Detallista	
Mayorista	
Consumidor Final	
Otros	

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### **Anexo N 4.**

BOLETA PARA RECOPIACION DE INFORMACION DE INTERMEDIARIO

1. Cuál es su procedencia: \_\_\_\_\_

2. El vehículo que trabaja es: propio \_\_\_\_\_ arrendado \_\_\_\_\_ otro \_\_\_\_\_

3. Cuáles son los meses de mayor movimiento en la compra y venta de productos

\_\_\_\_\_

4. En qué comunidad compra producto

\_\_\_\_\_

6. A Cuantos aproximadamente les compra producto

\_\_\_\_\_

7. Que volúmenes de producto compra

\_\_\_\_\_

8. Con que frecuencia compra producto: diario \_\_\_\_\_ cada 3 días \_\_\_\_\_

semanal \_\_\_\_\_ Quincenal \_\_\_\_\_ mensual \_\_\_\_\_

9. Indique el precio al que está comprando según sea el producto

\_\_\_\_\_

10. Cuáles son los gastos más frecuentes en el traslado de producto

\_\_\_\_\_

11. Aproximadamente cuánto gasta por viaje

\_\_\_\_\_

12. Cuáles son las perdidas más frecuentes en el traslado del producto

\_\_\_\_\_

13. Almacena producto durante algún tiempo si \_\_\_ no \_\_\_ cuanto tiempo \_\_\_\_\_

14. A quienes vende su producto \_\_\_\_\_

15. indique el precio de venta \_\_\_\_\_

Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

**Anexo N° 5.**

**BOLETA A CONSUMIDORES**

**DATOS GENERALES:**

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Municipio: \_\_\_\_\_

Nº de boleta: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Nombre del encuestador \_\_\_\_\_

**1. Tipo de negocio**

1. Restaurante \_\_\_\_\_ 2.Comedor \_\_\_\_\_ 3.Hotel \_\_\_\_\_ 4.Pensión \_\_\_\_\_ 5.Casa de habitación \_\_\_\_\_

**2. ¿Consume frijoles?**

1Si \_\_\_\_\_ 2No \_\_\_\_\_

**3. ¿Donde compra, qué cantidad y con qué frecuencia?**

Lugar de compra	Cantidad	Frecuencia	Precio
1. al productor			
2. pulpería			
3. mercado			
4. supermercado			
5. mayorista			
6. otro			

## Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

### 4. ¿Qué criterios de elección practica para la compra del producto?

1. Color\_\_\_\_\_; 2. Tamaño\_\_\_\_\_; 3. Limpieza del grano \_\_\_\_\_, 4. Precio\_\_\_\_\_, 5. Suavidad del grano\_\_\_\_\_ 6 Otro especifique\_\_\_\_\_

### 5. ¿Cómo consume el producto?

1. Cocidos\_\_\_\_\_. 2. Fritos \_\_\_\_\_ 3.Molidos o licuados \_\_\_\_\_.4. En Sopa\_\_\_\_\_

### 7. ¿En que mes compra más este producto?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 8. ¿Conoce de donde proviene el producto?

1. Si\_\_\_\_\_ De donde\_\_\_\_\_

2. No\_\_\_\_\_

Comercialización del Cultivo Fríjol Rojo en el Departamento de Carazo

FRÍJOL ROJO.

**Anexo N° 6**



**Anexo N° 7**



Fuente: INTA, Pacífico Sur.