Universidad Central de Venezuela

Facultad de Agronomía

Departamento de Economía Agrícola y Ciencias Sociales

Estudio de la comercialización del cambur (*Musa AAA, cv. Cavendish*) producido en el ingenio Bolívar - Municipio Bolívar, estado Aragua.

(2012- 2013)

Autor: LEÓN R, YASIBIT. K

Tutor Académico: Prof. JESÚS SALAZAR

Maracay, Octubre 2015

Universidad Central de Venezuela

Facultad de Agronomía

Departamento de Economía Agrícola y Ciencias Sociales

Estudio de la comercialización del cambur (*Musa AAA, cv. Cavendish*) producido en el Ingenio Bolívar - Municipio Bolívar, estado Aragua.

(2012- 2013)

Autor: LEÓN R, YASIBIT. K

Tutor Académico: Prof. JESÚS SALAZAR

Trabajo Presentado como parte de los requisitos para optar al título de Ingeniero Agrónomo

Mención Desarrollo Rural que otorga la Universidad Central de Venezuela.

Maracay, octubre de 2015

APROBACIÓN DEL JURADO

Quienes suscriben, miembros del jurado examinador, designados por el consejo de la Facultad de Agronomía de la Universidad Central de Venezuela del trabajo de grado titulado **Estudio de la comercialización del cambur (*Musa AAA, cv. Cavendish*) producido en el ingenio Bolívar - Municipio Bolívar, estado Aragua.**, presentado por la bachiller: **León R, Yasibit K.** Cédula de identidad N° 15.180.214. Certificando que lo leí afirmando así que cumple con los requisitos exigidos de adecuada presentación, es satisfactorio en alcance y calidad como Trabajo de Grado para optar por el título de Ingeniero Agrónomo, Mención Desarrollo Rural.

Tutor
Prof. Jesús Salazar

_____
C.I

Jurado Principal
Prof. Julio Navas

_____
C.I

Jurado Principal
Prof.(a) Odalis Perdomo

_____
C.I

Jurado Suplente
Ing. Marizeth Rebolledo

_____
C.I

DEDICATORIA.

Principalmente para **DIOS** que sin él y su misericordia no hubiese podido llegar hasta aquí.

A mis padres que con amor y comprensión me dieron todo el apoyo del mundo y me lo siguen dando aun, los amo, en especial a ti **Katiuska Reinefeld** mujer ejemplar, luchadora que has estado ahí en las buenas y en las malas apoyándome eres mi bastón y mi apoyo incondicional.

A mi hijo **Kenrry León**, eres mi gran creación tú te mereces este título; solo tú y yo sabemos lo mucho que hemos luchado, fuiste, eres y serás mi fiel acompañante, te amo con el alma y este logro es para y por ti.

A mis hermanos que de una u otra manera estuvieron allí a mi lado.

A ti amor Emilio **Morales** (†) donde quieras que estés, lo logre.

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a **dios** por darme siempre su bendición y protección

Mis **padres** que siempre están apoyándome, especialmente a ti **hijo** querido por comprender y en general a toda mi familia y amigos.

A mis amigas que son como mis hermanas, las adoro **Carmen Ruiz, Anais Ruido, Bellys Blanco, Iriana Calanche, María Reverón.**

A mis suegros **Auxiliadora** y **Cruz**; y por supuesto a ti cuñada **Marioxy**, por estar pendiente y por brindarme su apoyo.

A la **UCV**. Por darme esta oportunidad de superación

Para mi querido tutor **Jesús Salazar**, que siempre me sus conocimientos y experiencias.

Para la comunidad de San Mateo por recibirme y darme su apoyo y las herramientas para el desenvolvimiento de este trabajo, en especial al señor **José Alberto Urquia** por darme un gran apoyo en mi trabajo de grado

A mi jurado Prof. **Julio Navas**; Ing. **Marizeth Rebolledo** por sus correcciones y mejoramiento del trabajo.

RESUMEN

Se ejecutó una investigación con el fin de: Estudiar la comercialización del cambur (*Musa AAA, cv.* Cavendish) producido en el Ingenio Bolívar - Municipio Bolívar. Estado Aragua, con el objetivo de describir las funciones de comercialización que realiza el mayorista que adquiere el cambur producido en el Ingenio Bolívar así como también la caracterización de la relación compra-venta, mayorista-productor; donde se estructuraron dos encuestas una destinada al productor y otra para el mayorista, identificando tres tipos de agentes mayorista: mayorista local, mayorista externo y productor/distribuidor; los cuales se encargan de abastecer la localidad y sus cercanías y proveen a otros mercados a nivel nacional. También se encontró que mayoristas un 75% de mayoristas especializados y un 25% de mayoristas polivalentes; las compras del cambur se hacen a puertas de fincas, los precios de venta del cambur son estables durante el año y sus variaciones oscilaron entre 7 Bs y 6 Bs. La frecuencia de compra es semanal, en el 50% de los casos estudiados. El 100% de los mayoristas realizan las funciones físicas (empacado, acopio, clasificación, almacenamiento, maduración, transporte y distribución); Las relaciones de compra-venta entre productores y mayoristas se establecieron a lo largo del tiempo, el 100% de los productores manejan sus parcelas como monocultivos; el 55% de la producción fue distribuida en la zona y un 27% fue trasladado hacia la capital mientras el 18% restante hacia otros lugares a nivel nacional. Los mayoristas asumen el 100% del riesgo de pérdida, pero tuvieron la ventaja de establecer los precios 25 % de los casos.

Palabras clave: Musáceas, comercialización, productor, mayorista

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA……..…….IV

AGRADECIMIENTO……..V

RESUMEN……VI

TABLA DE CONTENIDO……..VII

LISTA DE FIGURAS…..…….. VIII

LISTA DE CUADROS…...……. X

INTRODUCCION…...…… 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA….……...2

JUSTIFICACION…..…… 3

OBJETIVO GENERAL…..…….5

OBJETIVOS ESPECIFICOS…….….5

MARCO TEORICO…..……..…….6

METODOLOGÍA...…….....12

RESULTADOS Y DISCUSIÒN……....16

CONCLUSIONES…….....40

RECOMENDACIONES…….....42

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS……43

ANEXOS……...46

LISTA DE FIGURAS

Figuras

1 Canal genérico de la comercialización de productos agrarios.

2 Ubicación geografica del Ingenio Bolivar

3 Porcentajes de productores según el número de hectáreas.

4 Productores asociados o no. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar

5 Ubicación de los mayoristas que adquieren el cambur en el Ingenio Bolívar

6 Tipos de mayoristas que adquieren los cambures en el Ingenio Bolívar

7 Porcentaje de Mayoristas ubicado en la zona bajo estudio

8 Porcentaje de mayoristas que compran cambur en otra zona

9 Número de productores de la zona bajo estudio que vende a los mayoristas

10 Porcentaje de productores de otras zonas que les venden a los mayoristas.

11 Porcentajes de mayoristas que compran otras frutas.

12 Destino de la mercancía. Ingenio Bolívar

13 Lugares y/o establecimientos donde los mayoristas colocan su mercancía.

14 Frecuencia de compra de los mayoristas

15 Exigencias del tamaño de fruta por parte de los mayoristas a los productores

16 Tipos de Exigencias por parte de los Mayoristas hacia los Productores.

17 Clasificación del cambur por el tamaño.

18 Clasificación del cambur según el grado de madurez.

Figuras.

19 Definición del precio en el cambur en el Ingenio Bolívar.

20 Formas de pago de los Mayoristas a los Productores

21 Modalidad de pago del detallista al Mayorista

22 Números de cestas semanales comercializadas por los mayoristas.

23 Precios de ventas de las cestas de los Mayoristas.

24 Precios actuales de venta del cambur de Productor a Mayorista (Bs).

25 Canal de comercialización del cambur en el Ingenio Bolívar.

LISTA DE CUADROS.

Cuadros

1 Clasificación de los Productores según superficie por parcela.

2 Productores ordenados por estratos.

3 Ubicación de los mayoristas que compran cambur a los productores del Ingenio Bolivar

4 Exigencias del tamaño del cambur por parte del mayorista por estratos

5 Numero de mayoristas que clasifican el cambur según su grado de madurez

6 Definición del precio del cambur por estratos en el Ingenio Bolívar

7 Precios de venta del cambur a nivel de Productor

INTRODUCCION

Los bananos y plátanos son de gran importancia en los países en vía de desarrollo. Más de 400 millones de personas que habitan en los trópicos y subtrópicos dependen del cultivo de las musáceas. Las frutas de bananos y plátanos son un alimento básico, ya que son una fuente rica en vitaminas y minerales. Además, significan un ingreso económico relevante para muchos países productores al comercializarse tanto en los mercados locales como en los mercados de exportación (Orozco *et al.*, 2004).

Las formas de su consumo varían ampliamente entre países, de acuerdo a los hábitos alimenticios. Los sistemas de producción son en su mayoría tradicionales y se dan frecuentemente en asocio con otro tipo de productos agrícolas como el café, ñame, entre otros. En algunos países se cultiva como monocultivo de plantación (Martínez y Peña, 2005).

Se consideran como producto de gran impacto económico, social, ambiental y político, considerándose que esta industria, es un importante recurso de ingreso y empleo para muchos países exportadores, mayormente en Latinoamérica y el Caribe, así como Asia y África (Martínez *et al.,* 2007).

Las frutas tropicales son importantes fuentes proveedoras de vitaminas, minerales y carbohidratos, que se encuentran inscriptos en nuestras tradiciones y hábitos alimentarios, y están adaptadas a nuestro medio edafoclimático, esto es, medio y hombre relacionados de manera equilibrada y congruente. El cambur es el primer frutal en el país en términos de producción física con más de un millón doscientas mil toneladas al año representando entre el 30% y el 40% de todas las frutas (Salazar, 2000).

Las Musáceas comestibles, se sitúan como el primer rubro frutícola en Venezuela. Es un cultivo versátil que puede ser consumido en forma fresca o cocida, por lo que puede entrar de diversas formas a la dieta del individuo (Piña *et al*, 2006).

Los bananos y plátanos son de gran importancia económica en Venezuela, al ser considerados como alimento de alto consumo nacional. El 60% de esta producción está concentrada en los estados Aragua, Mérida, Miranda, Sucre, Táchira y Zulia. Esta producción es utilizada principalmente para consumo fresco (Martínez, 2009).

La explotación del cultivo del cambur; en Venezuela la principal fruta que se produce para consumo fresco pudiéndose atribuirse este hecho a condiciones edafoclimaticas de las zonas productoras favorables al cultivo, alta productividad del cultivar, a elevados rendimientos obtenidos gracias a la capacitación y asistencia técnica (Ortega, 2000).

1. Planteamiento del problema

El hecho de que la última investigación en lo que concierne al área de comercialización del cambur; fue la de Rojas (2008), crea la necesidad de actualizar su situación, de modo de mantener la información al día y conocer las tendencia y cambios que en este subsistema de la cadena se están sucediendo, en lo que se refiere a las relaciones de compra – venta / productor – mayorista. Así como el manejo que hacen los mayoristas y su relación con los productores, en lo que respecta a las funciones de comercialización: maduración, empacado, almacenamiento, transporte, precios de venta, entre otras.

1.2. Justificación.

En términos de valor bruto de producción, el banano es el cuarto cultivo alimentario más importante del mundo, después del arroz, el trigo y el maíz. Es un alimento básico, incluidos los plátanos y otros tipos de bananos de cocción, contribuyen a la seguridad alimentaria de millones de personas en gran parte del mundo en desarrollo y proporcionan ingreso y empleo a las poblaciones rurales. El banano es uno de los alimentos de primera necesidad más importante en las zonas tropicales y su producción para la venta en mercados locales es una de las pocas actividades que proporciona a las unidades familiares ingresos regulares, durante todo el año. La mayoría de los bananos se cultivan para su venta en mercados locales o para el auto consumo (Arias *et al*, 2004).

Existe la necesidad de conocer los elementos que orientan el comportamiento de los agentes en la comercialización, dada su relevancia en el circuito, toda vez que: "El sistema de comercialización constituye el mecanismo esencial con que cuenta la sociedad para coordinar las actividades de producción, distribución y consumo, la función coordinadora señalada se cumple satisfactoriamente siempre y cuando se formulen e implementen políticas y programas que incluyan en forma balanceadas actividades para resolver problemas coyunturales y actividades para ejercer una vigilancia continua del comportamiento del sistema de mercadeo a fin de introducir ajustes en cada periodo de tiempo" (Navas y Rodríguez, 1988:31-32; citado por Salazar 2000).

En Aragua, el proceso productivo del cambur (Musa *AAA,* cv. 'Cavendish') se caracteriza por su alta tecnología, uso intensivo de insumos, capital y mano de obra, cuya producción final es dirigida a los principales mercados ubicados en las ciudades de los Teques, Maracay y Caracas (Ortega, 2000).

Las excelentes condiciones edafoclimáticas y extraordinaria productividad del cultivar ‘Cavendish’, se tiene que observar otras variables vinculada a las condiciones geográficas de las zonas productoras del estado Aragua, como son: cercanías a mercados con alta concentración poblacional, la existencia y desarrollo de redes de distribución a lo largo de los últimos treinta años, desconcentración de las redes de distribución, redes de distribución al detal, etc. Como algunas de los condicionantes del subsistema de mercadeo sobre la producción que resultan muy adecuadas en esta zona de explotación del estado Aragua (Salazar, 2000).

Por otra parte, es importante señalar que la localidad de San Mateo, estado Aragua posee una superficie cultivada de banano de aproximadamente 82 ha, en esta zona, el cultivo de banano se mantiene como una actividad fundamental para sus habitantes. Además, existe una tradición en la producción del cultivo, caracterizada principalmente por presentar pequeñas unidades de producción (Rodríguez *et al.,* 2006).

Por lo antes señalado, se plantea estudiar la comercialización del rubro, desde el mayorista, caracterizando todo el proceso que se ha desarrollado en el Ingenio, para actualizar la información y dar a conocer las relaciones de compra – venta / productor – mayorista y las funciones que desempeñan cada uno en el Ingenio Bolívar, del municipio Bolívar, estado Aragua.

2. Objetivos.

2.1. Objetivo General.

Estudiar la comercialización del cambur (Musa *AAA,* cv *'Cavendish'*) producido en el Ingenio Bolívar - municipio Bolívar. Estado Aragua (2012-2013)

2.2. Objetivos específicos

1. Describir las funciones de comercialización que realiza el mayorista que adquiere el cambur producido en el Ingenio Bolívar del municipio Bolívar, estado Aragua.

2. Caracterizar la relación compra-venta, mayorista - productor, en el Ingenio Bolívar del municipio Bolívar, estado Aragua.

3. Marco teórico:

3.1. Antecedentes de la investigación

Existe un desarrollo histórico y cultural en la producción y comercialización del cambur en la zona estudiada, pues es parte de la tecnología y la cultura de isleños y portugueses, adentrados en las tierras aragüeños desde los las décadas de los 1940 y 1950, iniciándose con la producción de hortalizas y luego entre 1950 y 1970 del cambur. Incorporando al manejo: el riego, la fertilización, el manejo de plagas y enfermedades, y con ello el monocultivo y los cultivos asociados, con alta productividad; siendo esta última producto de la calidad de los suelos, el clima y el manejo agronómico.

Es por estas características de incorporación de la tecnología, el manejo y la productividad que el estado Aragua pasa a ser uno de los principales productores de cambur y con alta calidad. Esta última se caracteriza por su presencia externa, tamaño y color, lo cual lo ubica por encima de las frutas traídas de los estados andinos y llaneros.

En la comercialización de cambur en los municipios Girardot y Mariño se halló que había tres tipos de agentes: los productores, los productores-mayoristas y los mayoristas exclusivos. Los productores-mayoristas comercializaron su producto y compraron a otros productores de la zona; el pago fue de contado. Cabe destacar que, las relaciones de compraventa entre productores y mayoristas se establecieron a lo largo del tiempo. El 20% de la producción fue comercializada en el estado Aragua y un 57% fue llevado por los mismos mayoristas a los mercados de la zona metropolitana de Caracas y Valencia, el 23% restante distribuido Puerto La Cruz, Chivacoa, Puerto Ordaz y Barquisimeto. Los mayoristas, prestaron el servicio de almacenamiento y maduración así como de transporte y distribución hacia los

mercados mayoristas y detallistas, asumiendo los riesgos de pérdidas durante el traslado, las cuales oscilaron alrededor del 10%; sin embargo, tuvieron la ventaja de establecer los precios. Los principales problemas en la comercialización fueron la competencia informal y la estacionalidad de otros frutos, debido a que ocurrió un desplazamiento de la demanda (Rojas, 2008).

El cultivar 'Cavendish' , es uno de los más producidos e incluso es la variedad más usada para la exportación en Costa Rica; como lo denota Escobedo (2012): "La variedad más cultivada es la 'Cavendish' , esta se destina para el mercado internacional"; esto es debido a su características siendo la mas importante la resistencia a las plagas y enfermedades; a parte de haber otras limitaciones como fue expresado en el estudio que se basó en reducir brechas de conocimiento al generar información clave que muestre de una forma clara la cadena productiva de banano criollo a nivel nacional con los principales actores, además de identificar los principales cuellos de botella que están afectando la eficiencia actual de la cadena. Para esto se está trabajando con dos casos de estudio la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPTA) y la Asociación de Campesinos Productores Orgánicos (ACAPRO).

Este rubro es tan versátil que puede ser consumido de muchas maneras, incluso utilizado en productos procesados Rebolledo (2001), reporta tres tipos de productos a base de pulpa de cambur: colados, néctares y yogurt líquido utilizando como materia prima la pulpa del cambur, la cual es importada desde 1995 de Ecuador y Costa Rica. A nivel de venta al detal en el municipio Girardot del estado Aragua estudió la diversidad y origen, consiguió 22 productos a base de cambur, ubicados dentro de 6 grupos: colados, cereales, galletas, gelatinas, néctares y yogures, en los estantes de los supermercados, minimercados y abastos.

4. Bases teóricas.

4.1. Generalidades del banano.

Los suelos aptos para el desarrollo del cultivo del cambur son aquellos que presentan una textura: franco arenosa, franco arcillosa, franco arcillo limoso y franco limoso; además deben poseer un buen drenaje interno y alta fertilidad, su profundidad debe ser de 1,2 a 1,5 m. El clima ideal es el tropical húmedo. La temperatura adecuada va desde los 18,5°C a 35,5°C. A temperaturas inferiores de 15,5°C se retarda el crecimiento. Con temperaturas de 40°C no se han observado efectos negativos siempre y cuando la provisión de agua sea normal. La pluviosidad necesaria varía de 120 a 150 mm de lluvia mensual o precipitaciones de 44mm, semanales, es necesario realizar el riego porque tiene definido sus estaciones lluviosa y seca. Los requerimientos de agua están en el orden de 1.200 a 1.300 mm/año. El banano requiere de buena luminosidad y ausencia de vientos fuertes (INTA, 2013).

Los bananos se siembran como monocultivos en pequeñas áreas que varían entre 1 a 20 ha; y este sistema es practicado por productores que satisfacen el mercado interno. (Haddad y Leal, 1996).

4.2. Agentes involucrados en la comercialización.

La comercialización añade a los productos una serie de utilidades que lo hacen más aptos para el consumo. Es tradicional el considerar tres grandes funciones en el proceso de comercialización de productos agrarios. Se trata de acopio, preparación para el consumo y distribución (Caldentey *et al*., 2004).

Productor: persona civil o jurídica que adopta las principales decisiones acerca de la utilización de los recursos disponibles y ejerce el control administrativo sobre las

operaciones de la explotación agropecuaria. El productor tiene la responsabilidad técnica y económica de la explotación y puede ejercer todas las funciones directamente o bien delegar las relativas a la gestión cotidiana a un gerente contratado (FAO, 2009).

Mayorista; se trata de un agente de comercialización que opera con las mercancías agrupadas en grandes partidas. Dentro de este tipo se incluye un gran número de agentes con características muy variadas, según productos y localidades. Es útil dividir a estos agentes en dos grupos, mayorista de origen y mayorista de destino. El mayorista de origen, adquiere los productos al agricultor directamente o a través de un corredor aunque también puede adquirir a otros intermediarios. El mayorista de origen aplica una serie de servicios al producto y directamente o a través de otros agentes, los envía hacia centros de consumo. El mayorista de destino está localizado en zonas de consumo y su función va destinada fundamentalmente al abastecimiento de dichas zonas. Recibe el producto desde las zonas de producción, lo vende a los minoristas.

Minorista; es un agente de comercialización cuya característica más importante es que le vende al consumidor; también recibe el nombre de detallista (Caldentey *et al*., 2004).

El conjunto de los agentes por los que pasa el producto desde que sale de la explotación agraria hasta que llega al consumidor final, suele recibir el nombre de canales (Figura 1). En la mayoría de los casos, un producto puede circular por distintos canales de importancia variable, empezando todos en el agricultor y terminando en el consumidor y pudiendo tener una o varias fases en común (Caldentey *et al*. 2004)

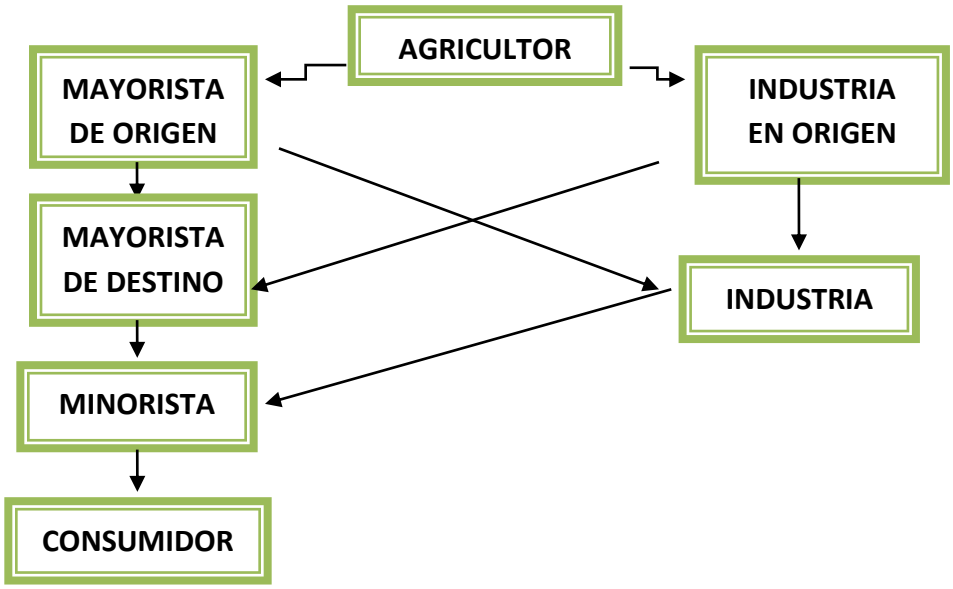

Figura 1**.** Canal genérico de la comercialización de productos agrarios.

Fuente: (Caldentey *et al*. 2004).

4.3. Funciones físicas de la comercialización.

4.3.1. Preparación del producto para la venta.

Según Rodríguez (1994) citado por Rojas (2008), El Acopio; consiste en reunir la producción de otras variedades de producción, haciendo lotes homogéneos para facilitar el transporte y otras funciones de la comercialización.

Transporte; esta función agrega utilidad de lugar a los productos; la simple transferencia de un producto, de zona de escasez, significa agregación de valor.

Almacenamiento; se trata de un servicio consistente en retener los productos agrarios para ser distribuidos al consumidor en un momento posterior al de la producción. (Caldentey *et al*., 2004)

La clasificación: incluyen ordenar los productos de acuerdo con el tamaño y

calidad.

Empaque; la función de empacado tiene por objetivo proteger el producto contra las influencias físicas y facilitar la manipulación y la distribución del producto (Mendoza, 1987).

La distribución; La distribución es el último escalón de la comercialización. Las grandes partidas formadas se dividen en lotes más pequeños para atender a la demanda de las unidades familiares (Caldentey *et al*., 2004).

4.3.2. Tipos de mercados.

Mercado Mayorista; permite la actividad de concentración de la oferta, a nivel de los centros de consumo y su ulterior dispersión hacia el sector detallista. Esta constituidos por los mayoristas y las transacciones que realizan. Los mayoristas operan entre el productor agropecuario y el detallista. Este lo podemos encontrar como mercado de mayoristas de trasbordo; representan puntos de máxima concentración de mayoristas y donde se forman los precios de referencia, para otros eslabones de la cadena de comercialización mercado de mayoristas terminal: operan en campo urbano y venden directamente a distribuidores de detallistas (Rodríguez, 1994; citado por Rojas, 2008).

Mercados de productores: también denominados mercados en origen, mercados locales o de acopio o mercados de expedición, desempeñan la función de acopiar los productos en las zonas de producción, para su posterior envió a los diversos centros de consumo principalmente ubicados en las áreas urbanas. Acá tiene lugar la primera fase de la comercialización, donde pueden actuar los agricultores como vendedores, aunque también es frecuente la presencia de comerciantes intermediarios, denominados mayorista de origen o mayoristas rurales (López, 2002).

Mercados detallistas (Mercados libres, abastos; minimercados, automercados, etc.); se caracterizan por cumplir la etapa de mercadeo o de dispersión final; adquieren los productos de los agentes mayoristas y los fraccionan y distribuyen a los consumidores finales (Rodríguez, 1994; citado por Rojas, 2008).

5. Metodología

5.1 Ubicación geográfica de la zona bajo estudio.

El presente trabajo fue realizado en la población de San Mateo, municipio Bolívar del estado Aragua en el Ingenio Bolívar en el periodo 2012 – 2013. El Ingenio Bolívar, es una zona de producción que pertenece a las de vegas de inundación del rio Aragua, posee entre 100 y 120ha, ocupado por 50 parceleros los cuales están caracterizados por poseer pequeñas parcelas que van desde ½ ha hasta mayores de 5 ha (Figura 2).

Figura 2**.** Ubicación geografica del Ingenio Bolivar municipio Bolivar del estado Aragua

Fuente: www.solorecursos.com/pueblos/venezuela/mapa1.php?id=27767

5.2 Tipo de investigación.

El trabajo de investigación realizado es de campo de carácter analítico y descriptivo, con apoyo documental.

5.3 Diseño de la Investigación

La investigación está basada en un estudio de campo, este método permitió la recolección de datos de interés, a través de la realización de una encuesta/ entrevista, la cual fue aplicada tanto a los mayorista como a los productores, siendo esta una fuente primaria de información.

Para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se procedió de la siguiente manera:

a. Realización de visitas a la zona geográfica conocida como Ingenio Bolívar, ubicado en el municipio Bolívar del estado Aragua. Recorrido de campo y ubicación física de productores y mayoristas.
b. Contacto directo con productores y mayoristas, presentación formal y explicación de la necesidad de investigación y sus objetivos.
c. Acuerdo consensuado de reunión (fecha, lugar y hora), para la aplicación de la encuesta y/o la entrevista.
d. Aplicación de la de encuesta/entrevista a los productores.
e. Para el caso de los mayoristas se les aplicó la encuesta a los establecidos en la zona, y adicionalmente se entrevistó a un mayorista que siendo de otras zonas compran a los productores del Ingenio Bolívar (este último fueron contactado a través de los productores).
f. Se procesó la información recolectada, a nivel de productores y de mayoristas.
g. Estudio y análisis la información procesada
h. Redacción de las conclusiones y recomendaciones como resultado final de la investigación.

5.4. Población y muestra.

En el caso de los productores se realizó una muestra al azar, para una población de cincuenta (50) productores en la zona bajo estudio, se encuestaron a veinte (20) productores escogidos al azar. En cuanto a los mayoristas establecidos en el área bajo estudio, se realizó una enumeración total.

Para el caso de los mayoristas, se aplicó la encuesta a 7 de 9 mayoristas establecido en la zona, y adicionalmente se entrevistó 1 mayorista externo que compra cambur en el Ingenio Bolívar; es decir que se logró entrevistar al 77% de los mayoristas establecidos en San Mateo.

5.5. Procedimiento para la obtención de datos:

Se estudió y analizó la información aportada por los productores que fueron encuestados en el Ingenio Bolívar, del municipio Bolívar del estado Aragua, para dar a conocer la situación de la comercialización del cambur (*Musa AAA, cv. 'Cavendish')*, conjuntamente con la observación directa.

Se estratificaron los productores según la cantidad de hectáreas. Se acordó que aquellos productores que poseen hasta una hectárea se calificaran como pequeños productores; aquellos que poseen superficies > 1 y < 5 hectáreas como medianos y los que poseen ≥ 5 hectáreas como grandes; así como se puede observar en el cuadro 1.

Cuadro 1**.** Clasificación de los Productores según superficie por parcela. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012-2013.

Estratos	Número de hectáreas de los Productores	Clasificación de los Productores
1	≤ 1	Pequeño
2	1 >X< 5	Mediano
3	≥ 5	Grande

Fuente: Datos aportados por los productores

Estratificación de los productores por tamaño de parcela

Se agruparon los productores según el tamaño de las parcelas, con la finalidad de homogenizar la población bajo estudio (figura 3). Se observa que el 50% de los productores, poseen hasta una hectárea, siendo esta una de las características más relevante en el Ingenio, es decir, la mayoría de los productores de dicha zona son pequeños productores. Como fue expresado por Rodríguez *et al., 2006* donde dice que: "existe una tradición en la producción del cultivo, caracterizada principalmente por presentar pequeñas unidades de producción" la cual se sigue cumpliendo.

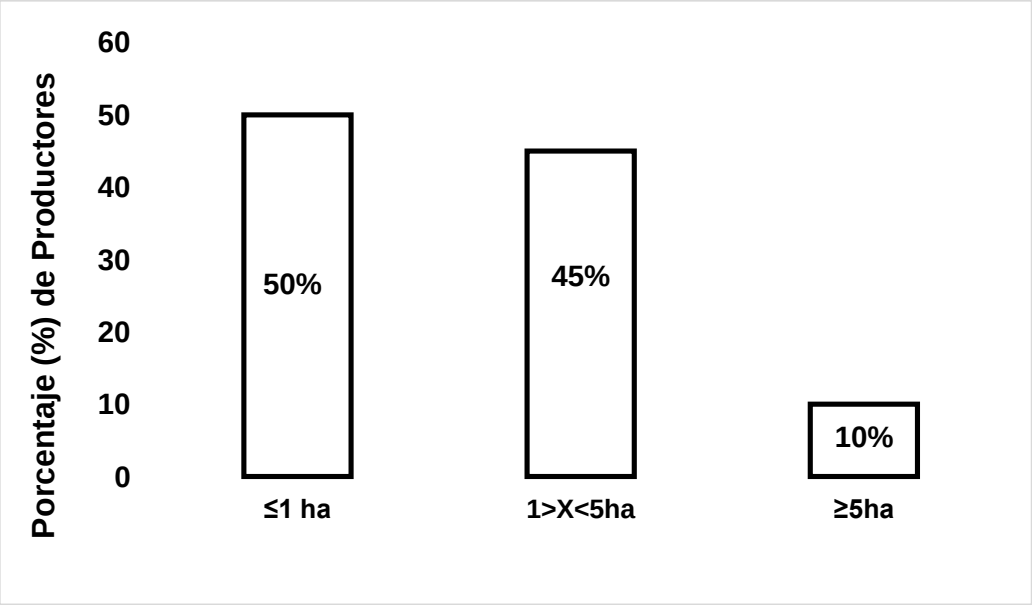

Figura 3**.** Porcentajes de productores según el número de hectáreas.
Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores.

6. Resultados y Discusión

Luego de la aplicación de las encuestas destinadas a los productores y mayoristas ubicados en el Ingenio Bolívar del municipio Bolívar del estado Aragua, se muestran los resultados, donde se describen las funciones de comercialización que realiza dichos mayoristas, que adquiere el cambur en el Ingenio Bolívar así como también su relación en la compra – venta, mayorista – productor.

6.1. Caracterización de los productores del Ingenio Bolívar del municipio Bolívar, estado Aragua.

Por medio de la encuesta realizada a los productores del Ingenio Boloivar, se obtuvo que sólo el 10% de los encuestados no pertenecen a una asociación, el resto que representan el 90% de los encuestados si pertenecen a una asociación (figura 4) de hecho; esta conformada en el mismo ingenio llamada **Asociacion Campesina del Ingenio Bolívar,** la cual fue creada en 2011, mediante el Consejo Comunal Agrario Ingenio Bolívar. El de pertenecer a una asociación es de vital importancia para el productor, ya que hay una organización, planificación y dirección, a parte es más fácil la adquisición a la hora de un prestámo.

Se observa en la figura 4, que solo el 10% de estos productores no pertenecen a una asociación y estos están distribuidos entre los pequeños y medianos productores (cuadro 2), siendo para ambos casos el 10% de estos estratos.

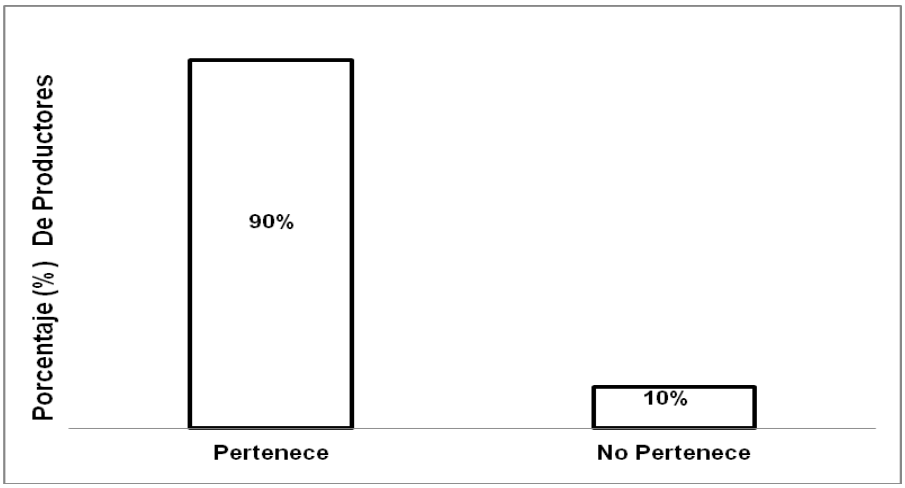

Figura 4**.** Productores asociados o no. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores.

Cuadro 2. Productores ordenados por estratos. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013

	PERTENECE (%)	
ESTRATOS	**SI**	**NO**
ESTRATO 1 ≤1 ha	90	10
ESTRATO 2 1<X>5 ha	90	10
ESTRATO 3 ≥5 ha	100	0

Fuente: Datos aportados por los productores.

Según los datos aportados por los productores el 90% de los mayoristas, compradores del Ingenio Bolívar, están establecidos en la localidad (San Mateo) (figura 5), definidos como mayoristas locales (figura 6), los productores expresaron que dichos mayoristas en gran parte colocan los cambures en la localidad; coincidiendo así con Haddad y Leal (1996). En este sentido los bananos se siembran como monocultivos en pequeñas

áreas que varían entre 1 y 20 ha y este sistema es practicado por productores que satisfacen el mercado interno.

En un análisis más detallado se obtuvo que los productores del estrato 1 el 90%; el 76% estrato 2 y el 50% estrato 3 sus compradores estan ubicado bajo la zona de estudio; esto quiere decir que la mayor parte son mayoristas locales (figura 5); como se habia mencionado anteriormente (cuadro 3).

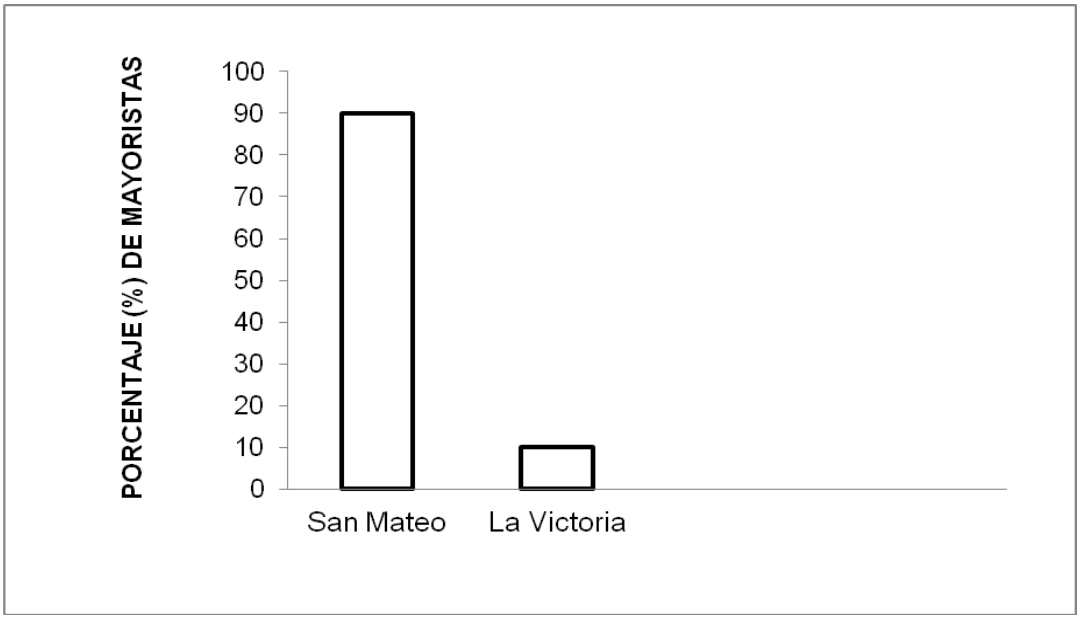

Figura 5. Ubicación de los mayoristas que adquieren el cambur en el Ingenio Bolívar del municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores

Cuadro 3. Ubicación de los mayoristas que compran cambur a los productores del Ingenio Bolivar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 - 2013.

UBICACIÓN DE LOS MAYORISTA (%)			
Estratos	San Mateo	Otros	Total
Estrato 1 ≤1 ha	90	10	100
Estrato 2 1 <x> 5 ha	76	24	100
Estrato 3 ≥ 5 ha	50	50	100

Fuente: datos aportadoas por los productores.

Para mayor homogenización de la población bajo estudio, se agrupo y clasifico los mayoristas según su localidad (figura 6). El mayorista local es el dominante, coincidiendo con el estudio realizado por Rojas (2008) en el cual “encontró que de los 5 mayoristas 4 de ellos se ubican dentro del municipio”; seguido del mayorista externo, también nos encontramos con una clase especial de mayorista que es el productor-distribuidor, donde el mismo productor distribuye y coloca su propia mercancía, esto es originado por la cantidad mínima de producción que obtiene el productor.

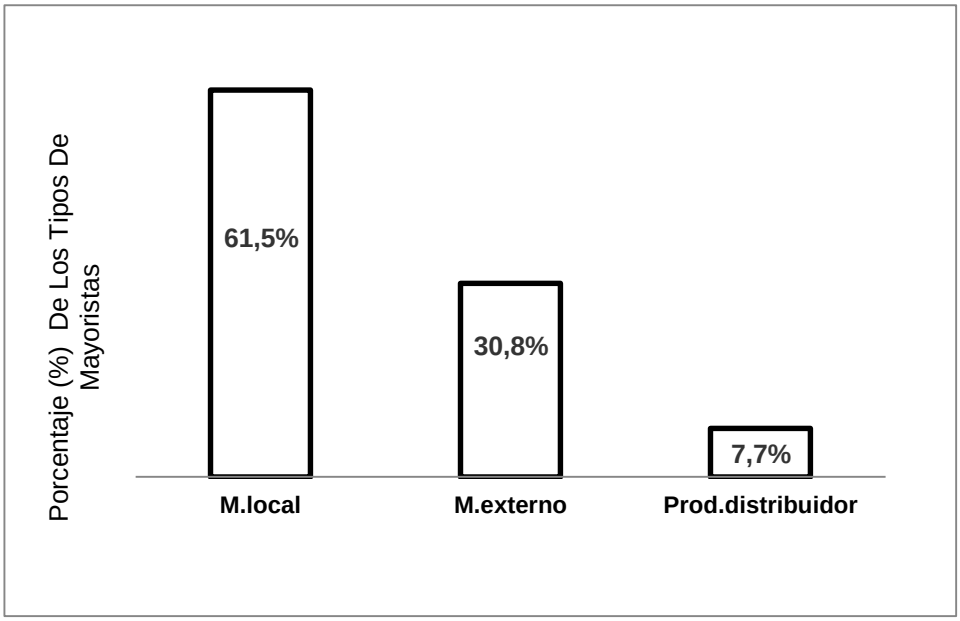

Figura 6**.** Tipos de mayoristas que adquieren los cambures en el Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores.

6.2. Caracterización de los mayoristas que compran cambur en el Ingenio Bolívar.

Se obtuvo que el 87,5% de los mayoristas pertenecen a la localidad de San Mateo (Figura 7), nótese en figura 5, donde los productores expusieron que la mayoría de sus compradores pertenecen a la localidad, confirmando así que los mayores compradores de cambur están establecidos en la zona, clasificados como mayoristas locales (Figura 6).

El 50% de los mayoristas compran solamente en el Ingenio, el otro 50% compran allí y en otras zonas (Figura 8), esto debido a que hay mayoristas que manejan mayores volúmenes del producto que están entre las 700 a 1500 cestas. El porcentaje de mayorista que no compran en otras zonas coloca menos de 200 cestas, es decir, que su distribución es pequeña con respecto al resto.

El 75% de los mayoristas encuestados compran a pocos productores, en este caso compran entre uno y cuatro productores del Ingenio, siendo estos en su gran mayoría (90%) productores fijos, en la relación de compra-venta. Además mantienen una vinculación de compra-venta estable, reportando más de 28 años en su relación. Los mayoristas que compran a un mayor número de productores, entre cuatro y diez productores, son mayoristas que distribuyen en grandes volúmenes colocando entre 700 y 1500 cestas semanales y a la distribución a nivel nacional (Figura 9).

El 50% de los mayoristas que compran en otras zonas; compran a uno a dos productores fuera del Ingenio, dichos mayoristas colocan en promedio unas 600 a 700 cestas semanales; el otro 50% compran de dos a cuatros productores y estos colocan en promedio 1500 cestas (Figura 10).

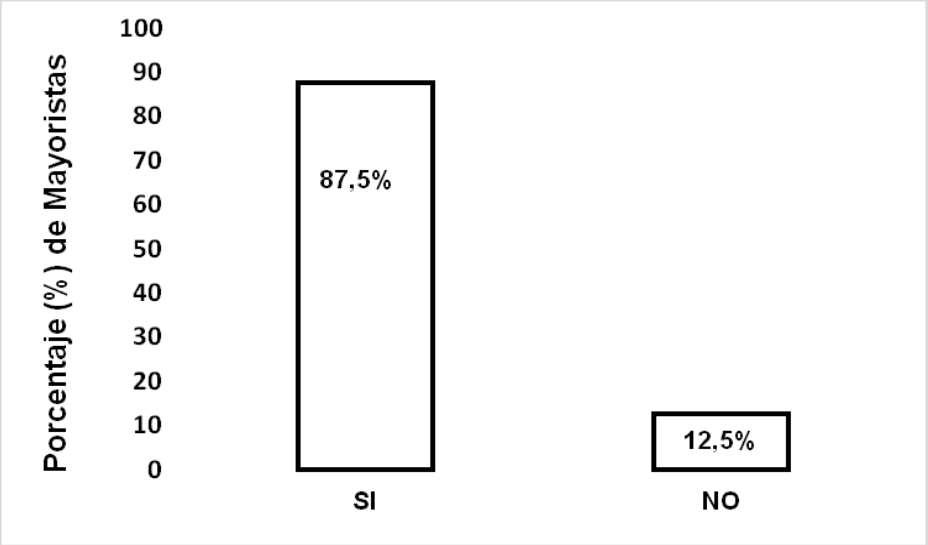

Figura 7**.** Porcentaje de Mayoristas ubicado en la zona bajo estudio. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

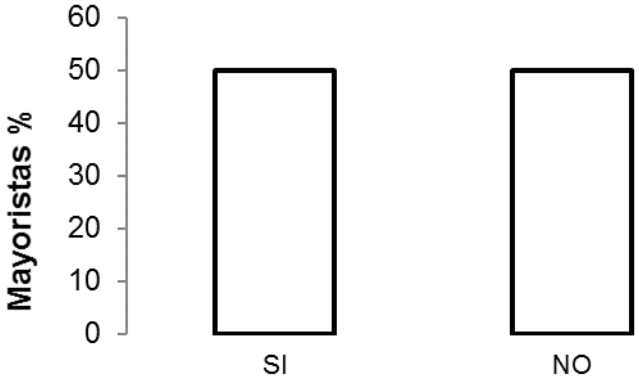

Figura 8**.** Porcentaje de mayoristas que compran cambur en otra zona. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

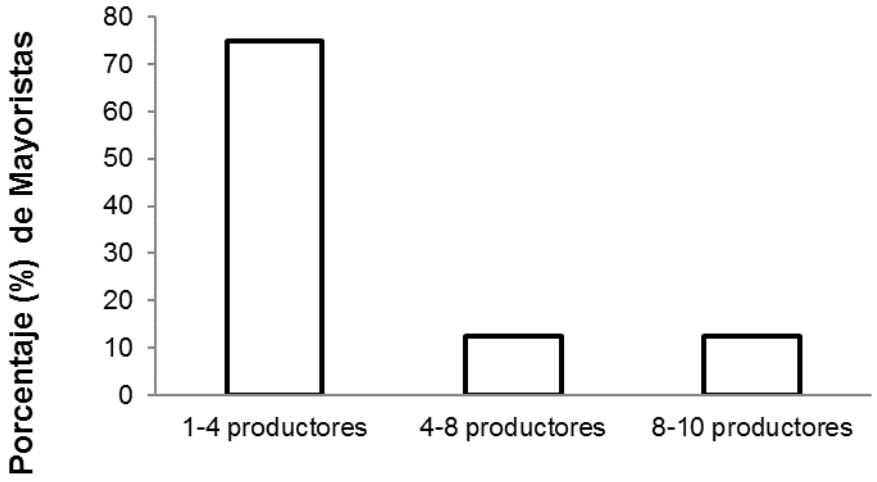

Figura 9. Número de productores de la zona bajo estudio que vende a los mayoristas. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

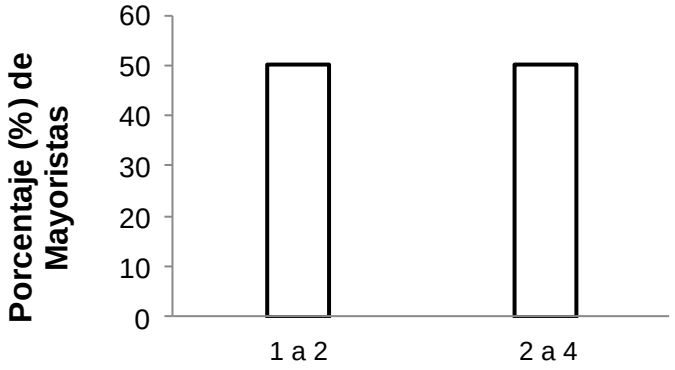

Figura 10**.** Porcentaje de productores de otras zonas que les venden a los mayoristas. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

6.2.1. Tipos de mayoristas.

El 75% de los mayoristas, no compran otras frutas, o sea son mayoristas especializados en la comercialización del cambur; el 25% restante compran otras frutas, definidos como mayoristas polivalentes (figura 11).

El 100% de los mayoristas encuestados expresaron que no están en ninguna asociación y que nunca han pertenecido a una organización. Solo uno de ellos perteneció hace dos años, pero se disolvió y desde entonces no han establecido una asociación

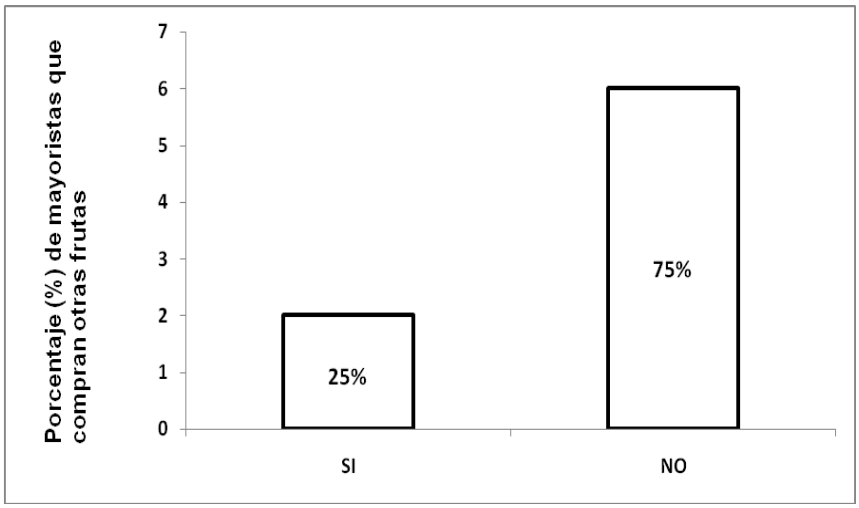

Figura 11. Porcentajes de mayoristas que compran otras frutas. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

6.2.2. Distribución del cambur.

Para la distribución local se observa que un 55% de mayoristas colocan el producto en la localidad de San Mateo y sus cercanías (Cagua, Turmero, La Julia);
El 27% colocan el producto en Caracas, específicamente en el mercado de Coche, un 9% lo coloca a nivel del estado Aragua y solo un 9% se encarga de una distribución más amplia a nivel nacional cubriendo algunas partes del territorio (figura 12).

Los mayoristas que colocan el cambur en el mercado de Coche, expresaron que le es más rentable vender allí; ya que la demanda es mayor.

Al analizar los establecimientos donde los mayoristas colocan el cambur (figura 13); se observa que los más frecuentes son las fruterías (36%), seguidamente de las bodegas y abastos (21%), mercado de Coche (21%) Súper Mercados (14) y otros (7%). Esto significa que parte del cambur adquirido es distribuido en las cercanías del ingenio, coincidiendo así con Arias *et al*, (2004). “La mayoría de los bananos se cultivan para su venta en mercados locales o para el auto consumo”

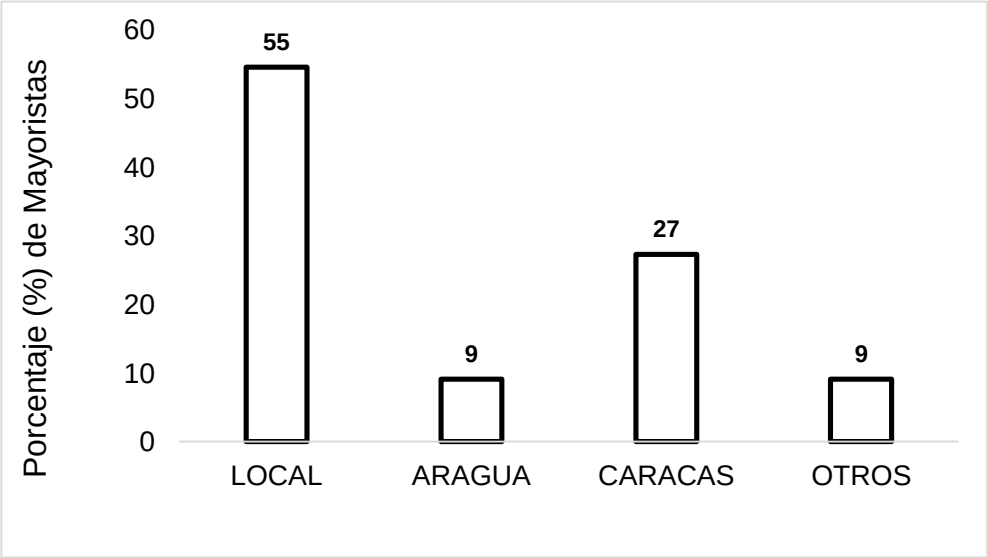

Figura 12**.** Destino de la mercancía. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

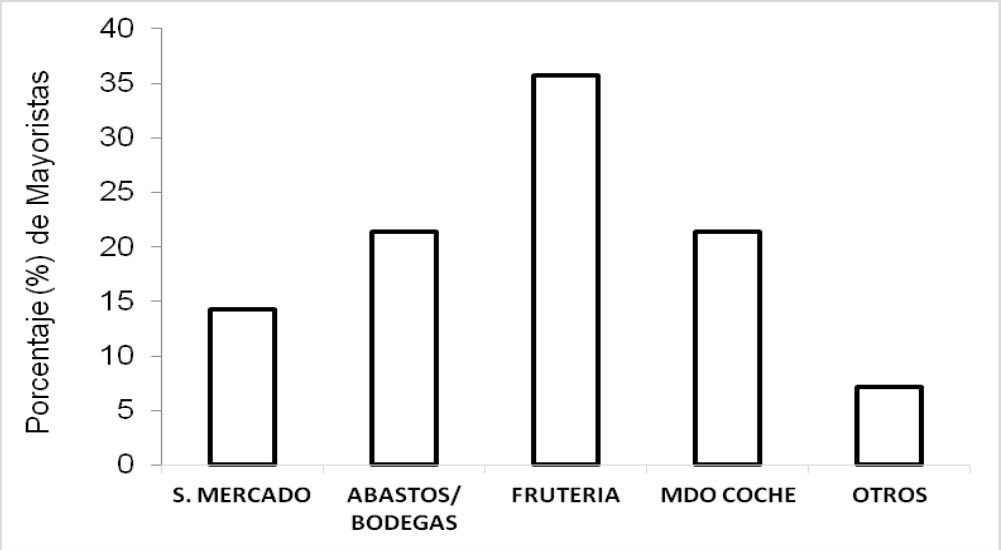

Figura 13**.** Lugares y/o establecimientos donde los mayoristas colocan su mercancía. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

6.2.2. Relaciones de compra – venta / productor – mayorista.

Para la frecuencia de compra del cambur, se observó que el 50% realiza la compra semanal, solo el 12,5% (1), compran varias veces a la semana debido a que su distribución es mayor con respecto al resto (figura 14), siendo este un mayorista especializado, y es uno de los que abarca gran parte del territorio nacional.

El 100% de los mayoristas encuestados bajo la zona de estudio hacen las compras a puerta de finca; tal como lo señala Rojas (2008), obtuvo que de los cinco casos fueron en un 100% compra directa al productor de las zonas de producción, para el municipio en estudio.

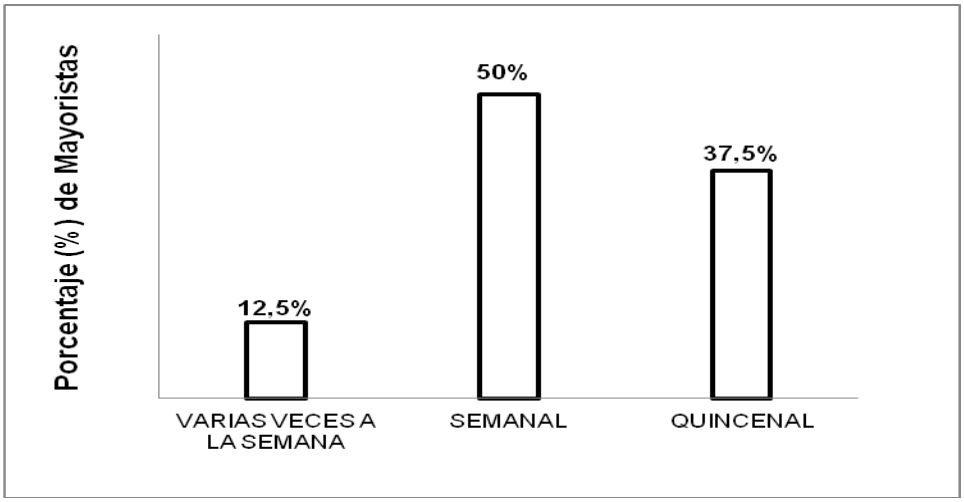

Figura 14. Frecuencia de compra de los mayoristas. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

El 75% de los productores expusieron que sus compradores no le hacen exigen en cuanto al tamaño de la fruta, mientras que el 25% restante si se lo exigen (figura 15), esta exigencia se encuentra distribuida en los dos primeros estratos; sin embargo si les hacen otros tipos de exigencias (figura 16); las mayores exigencias son: que no esté rayado y que la fruta sea desflorada en campo, seguido de un buen llenado, ya que estas son la que van a garantizar la buena colocación de la mercancía en los supermercados, abastos, bodegas y otros.

El 25% (figura15), está distribuido entre los pequeños y medianos productores (cuadro 4), esto se debe a que dichos mayoristas requieren de un buen tamaño, ya que donde colocan dicho producto es indispensable el tamaño.

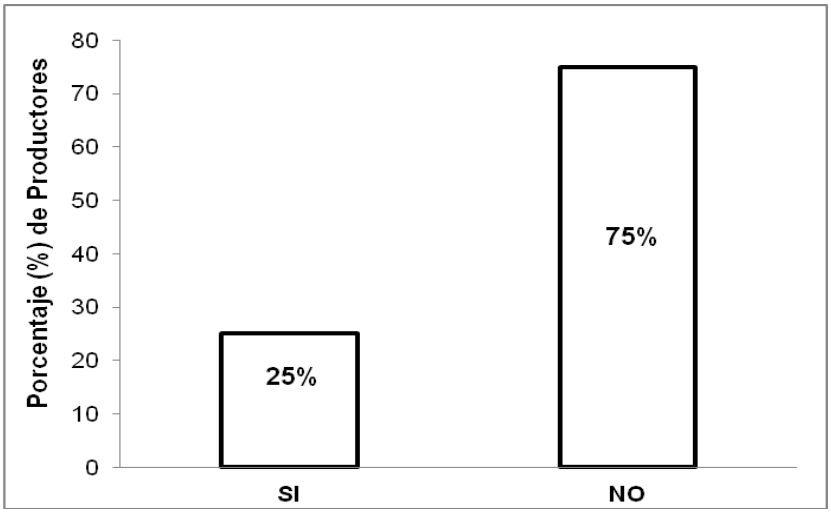

Figura 15. Exigencias del tamaño de fruta por parte de los mayoristas a los productores. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012– 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores.

Cuadro 4. Exigencias del tamaño del cambur por parte del mayorista por estratos. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

	EXIGENCIA DEL TAMAÑO (%)		
ESTRATOS	**SI**	**NO**	**TOTAL**
ESTRATO 1 ≤1 ha	20	80	100
ESTRATO 2 1<X>5 ha	38	62	100
ESTRATO 3 ≥ 5 ha		100	100

Fuente: Datos aportados por los productores.

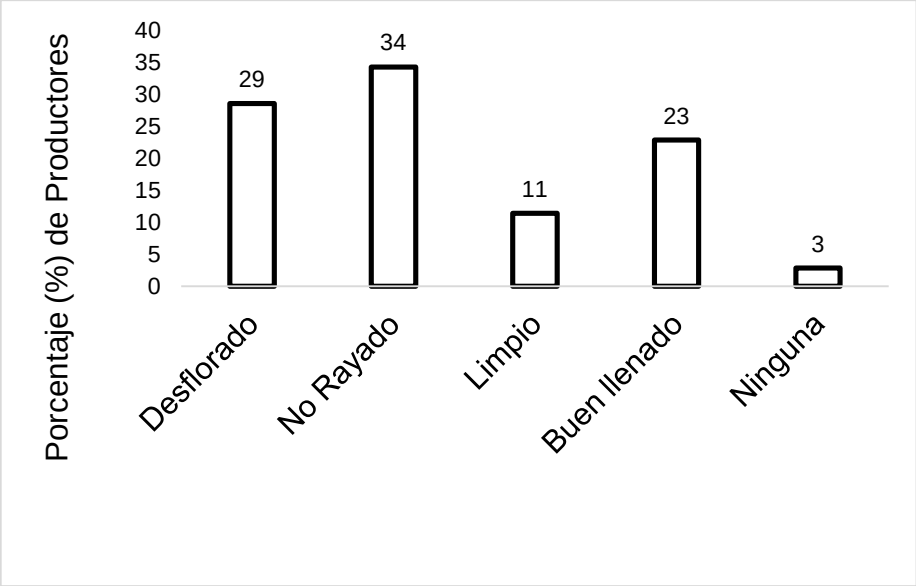

Figura 16. Tipos de exigencias por parte de los mayoristas hacia los productores. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportado por los productores.

6.2.3. Funciones físicas de la comercialización del cambur.

Tamaño de la fruta

El 90% de los mayoristas clasifican la mercancía por el tamaño, siendo la más común el tamaño grande (21 cm) 58% (figura 17), ya que según donde sea colocada la mercancía le exigen un buen tamaño; dicha exigencias son por parte de los súper mercados y algunas fruterías.

Existen otro grupo de comercios detallistas que exigen que la mano tenga más dedos, no importando su tamaño y grosor, ya que estos se benefician por la cantidad de dedos por mano. Un ejemplo de ello son los comedores industriales.

Grado de maduración de la fruta

Para la parte de maduración: el mayorista adquiere del productor todos los racimos totalmente verde (en condición de madurez fisiológica), para luego iniciar el proceso de maduración, en el grado adecuado según sea las exigencias del comprador, obteniendo que: el 25% de los mayoristas maduran la fruta; un 62,5% los dejan pintón/maduro, para garantizar el buen estado de la fruta durante el traslado, solo un 12,5% coloca el cambur verde (figura 18). Los diferentes grados de maduración son aplicados o manejados, según sea la necesidad y la distancia al destino del producto, para la distribución local o fuera de la localidad, esta función se maneja según la planificación en cuanto a la distribución y entrega del producto, de manera que llegue el producto con la madurez deseada a los anaqueles o estanterías.

En el cuadro 5 se observa el número de mayoristas que aplica este proceso; en su mayoría lo clasifican en pintón y maduro.

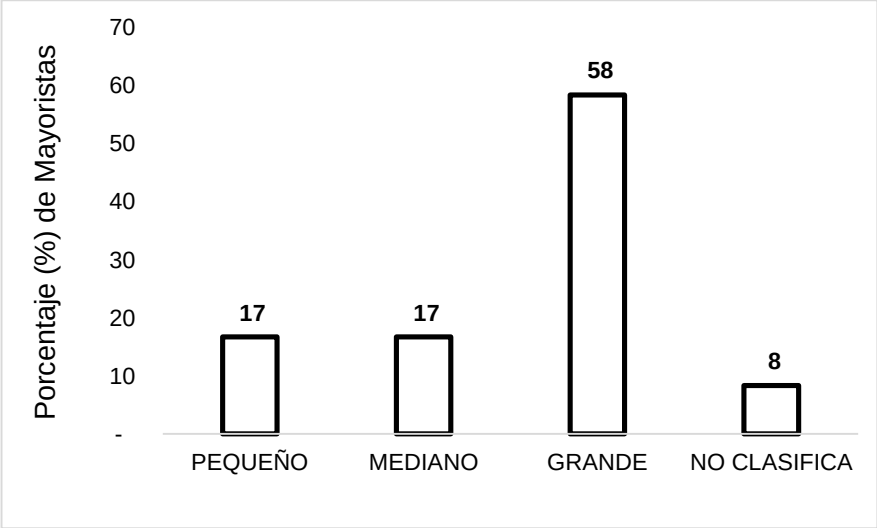

Figura 17. Clasificación del cambur por el tamaño. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

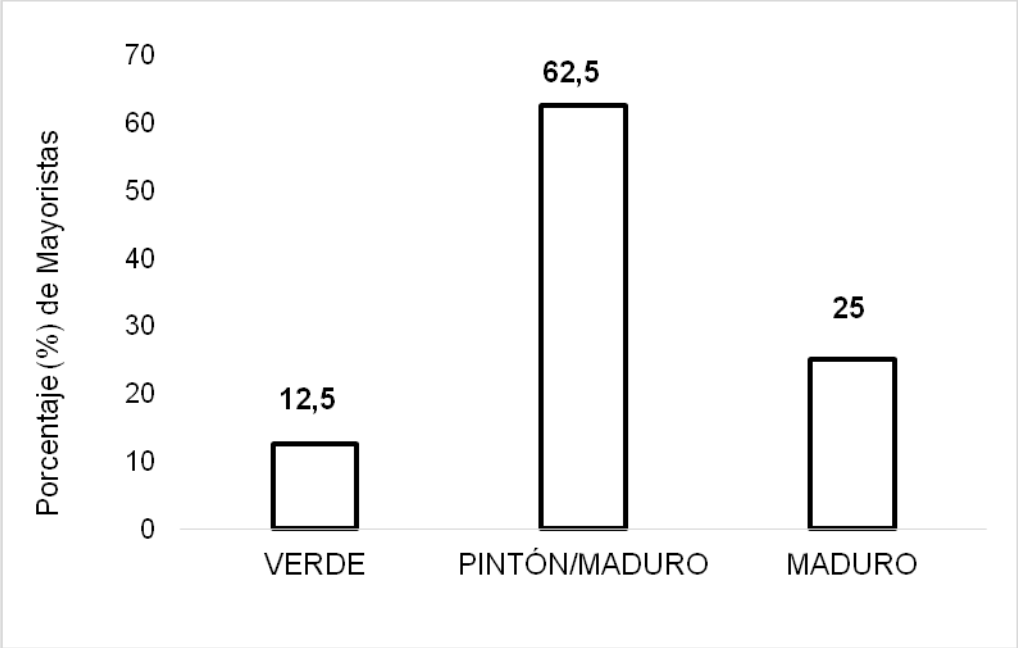

Figura 18**.** Clasificación del cambur según el grado de madurez. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

Cuadro 5**.** Numero de mayoristas que clasifican el cambur según su grado de madurez

Clasificación / Mayoristas	Verde	Pintón/Maduro	Maduro
1		X	
2			X
3		X	
4		X	
5	X		
6		X	
7		X	
8			X
TOTAL	**1**	**5**	**2**
TOTAL %	**12,5**	**62,5**	**25**

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

Transporte, almacenamiento y acopio.

Transporte: consiste en aproximar los productos hacia el lugar donde reside el consumidor (Caldentey y Giménez, 2004); en este sentido los mayoristas adquieren el cambur en las parcelas en forma de racimos, donde el mayorista desmana y lo coloca en cestas, para luego llevarlo al centro de acopio, denominado deposito en este sistema; en dicho acopio se hace una clasificación de la mercancía según su tamaño.

Almacenamiento: consiste en retener los productos agrarios, para luego ser distribuido al consumidor en un momento posterior (Caldentey y Giménez, 2004)

El almacenamiento para este rubro es corto, ya que es un producto perecedero; no permanece más de 3 días dependiendo de su destino; dicho almacenamiento son en unas cavas refrigeradoras donde previamente se realiza la labor de maduración; se le añade etileno según sea requerido para obtener un grado de madurez según las exigencias del comprador detallista, las condiciones de traslado y distancia de entrega. Se agrupan en pequeños lotes donde cada uno es identificado con el nombre de su destino.

El traslado y distribución se realiza del centro de acopio a los punto de venta al detal: bodegas, abastos, supermercados, mercados de destino etc., las entregas al detal varían en su frecuencia según sean las exigencias del detallistas, varias veces a la semana, semanal o quincenal.

En este análisis se puede detectar que el mayorista de cambur realiza el transporte desde la parcela hasta el detallista, que empaca y entrega a diferentes frecuencias, lo que le ha dado un mayor manejo y desarrollo de su mercado.

6.2.4. Funciones auxiliares de la comercialización del cambur.

6.2.4 a. Modalidades de pago y precios

La Asociación de Productores de Cambur del Centro es la que se encarga de fijar los precios en los productores, en un acuerdo con otras asociaciones, (información suministrada por los productores del Ingenio) fija un precio el cual es acatado por los productores, y en otras ocasiones es utilizado como precio de referencia, como se puede observar (figura 19) que hay un porcentaje (25%) de productores que establecen el precio en conjunto con el mayorista, esto suele ser originado en aquellos productores que no pertenecen a la asociación y son pequeños productores; observándose que ese 25% esta distribuido entre los pequeños y medianos productores (cuadro 6)

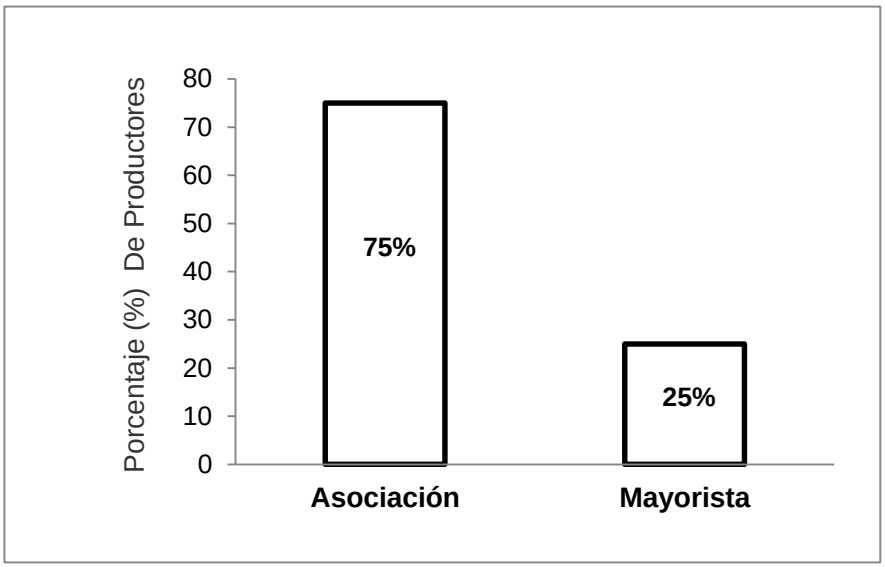

Figura 19. Definición del precio en el cambur en el Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013

Fuente: Datos aportados por los productores.

Cuadro 6**.** Definición del precio del cambur por estratos en el Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

DEFINICION DEL PRECIO (%)		
ESTRATOS	**ASOCIACION**	**MAYORISTA/PRODUCTOR**
Estrato 1 ≤ 1 ha	70	30
Estrato 2 1<x>5 ha	75	25
Estrato 3 ≥ 5 ha	100	0

Fuente: Datos aportados por los productores.

Para la forma de pago se encontró diversidad en la misma, ya que hay mayoristas que pagan al contado, semanal, quincenal y en algunos casos mensuales y hasta más de un mes; esto va a depender de la relación entre el productor y el mayorista. La forma de pago más frecuente es el pago semanal (figura 20), coincidiendo con la frecuencia en la compra.

En relación al pago del detallista al mayoristas, el 50% de los mayoristas, coinciden en que cobran el producto de contado (figura 21), los mismos expresaron que lo hacen con aquellos compradores nuevos o con los cuales no existe una relacion previa; y en otros casos, se presenta un pago semanal y/o quincenal, esto debido a que existe una relacion de compra – venta de varios años, es decir, que son compradores fijos y por ende un conocimiento mutuo que permite establecer pagos a posterior.

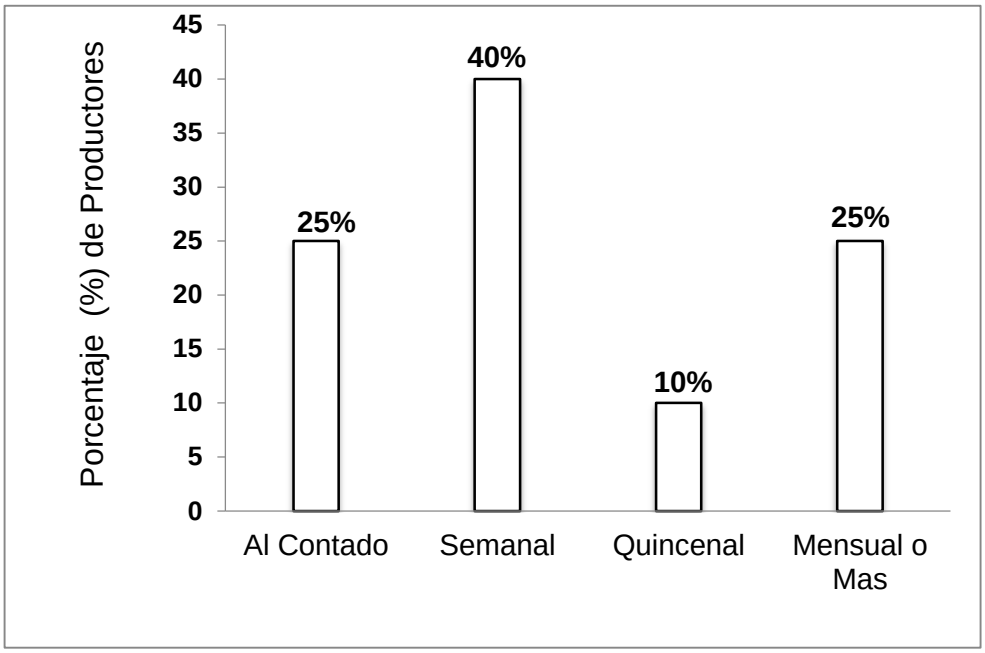

Figura 20. Formas de pago de los mayoristas a los productores en el Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores.

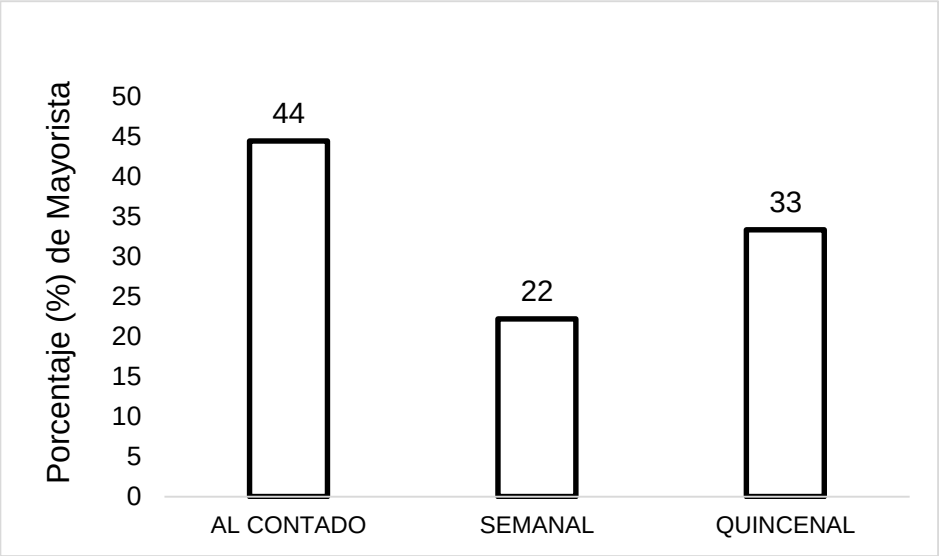

Figura 21. Modalidad de pago del detallista al mayorista. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores.

Volumenes de cambur manejados por los mayoristas

El 37.5% de los mayoristas venden desde 100 hasta ≤200 cestas de cambur por semana, seguidos de aquellos que colocan más de 500 hasta ≤700 (25%) por semana; siendo solo el 12,5% que colocan más de 700 cestas por semana, dicho mayorista es el que abarca más zonas, sus rutas son extensas colocando alrededor de 1500 cestas.

Un 12,5% colocan ≤100 cestas por semana y otro 12.5% coloca más de 200 hasta ≤500 cestas por semana (figura 24). Se aprecia la heterogeneidad en cuanto a la cantidad de cestas por semana que colocan los mayoristas bajo estudio, esto va a depender de los sitios donde se colocada y la frecuencia de compra del cambur

Precios de venta productor- mayoristas y mayorista-detallistas

Los precios de los productores hacia los mayoristas son establecidos por la Asociación de Productores del Centro, que en la actualidad es de 7 Bs/kg, sin embargo hay productores que venden por debajo de ese precio (figura 25), esto es debido a que el cambur no cubre con los requerimientos o exigencias de los mayoristas (tamaño, llenado, dedos por manos, etc.) y es a partir de allí que empiezan a negociar el precio con el productor hasta llegar a un acuerdo; el más bajo es de 6 Bs/kg. Estos precios se mantienen estables por un año como mínimo, hasta que se determine un nuevo precio por la asociación.

Si se clasifican por estratos, el mayor porcentaje en cuanto se refiere a los precios más bajos nuevamente se ubican entre los pequeños y medianos productores (cuadro 7), siendo el más dominante el pequeño productor, el 60% de ellos venden entre 6 y 6,5 Bs/kg. Esto es debido a que por una parte no se rigen por la asociación, el mayorista es el que define el precio y según las condiciones de calidad del cambur, es decir, el estado en que se encuentre el producto, dedos pequeños, pocos dedos por manos, rayado, poco llenado, etc. (Cuadro 6).

En lo referente a los precios de venta de los mayoristas a los detallistas se observa una marcada diferencia en los precios, dividiéndose así en un 50% vendió a 260 Bs/cesta; y el otro 50% en 380 Bs/cesta (figura 23); notándose que los que venden a precios más bajos son aquellos que tienen menores cantidades de cestas. También se observa en la figura 21, son aquellos que cobran al contado y el destino de la mercancía son uno o dos sitios, a los cuales siempre le colocan la mercancía y en poca cantidad.

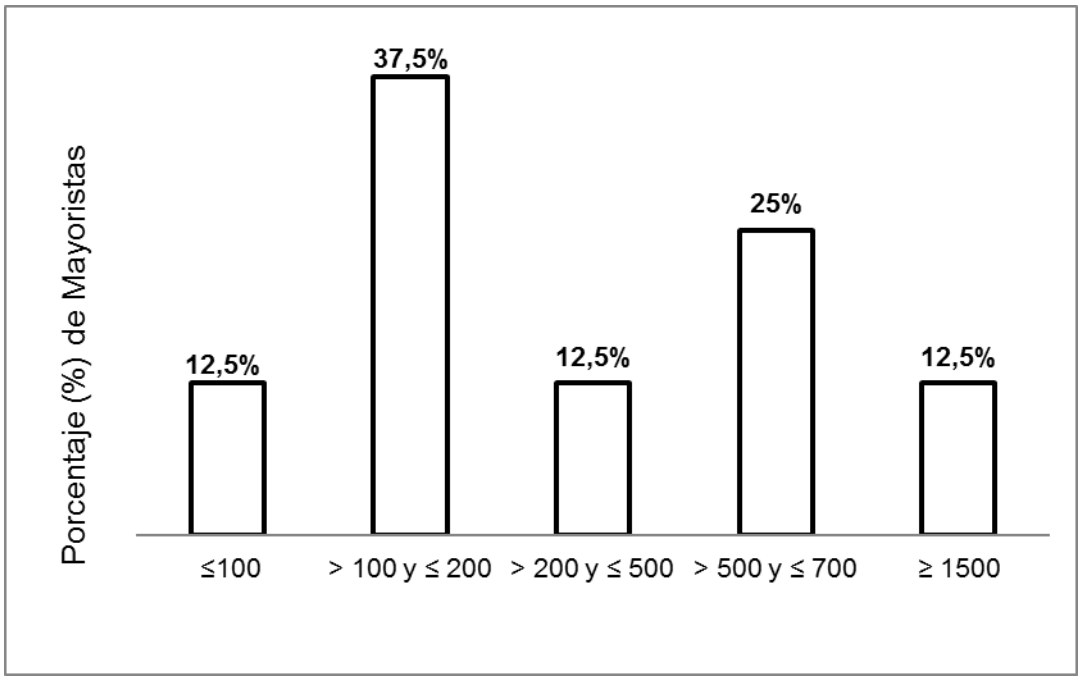

Figura 22. Números de cestas semanales comercializadas por los mayoristas. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas

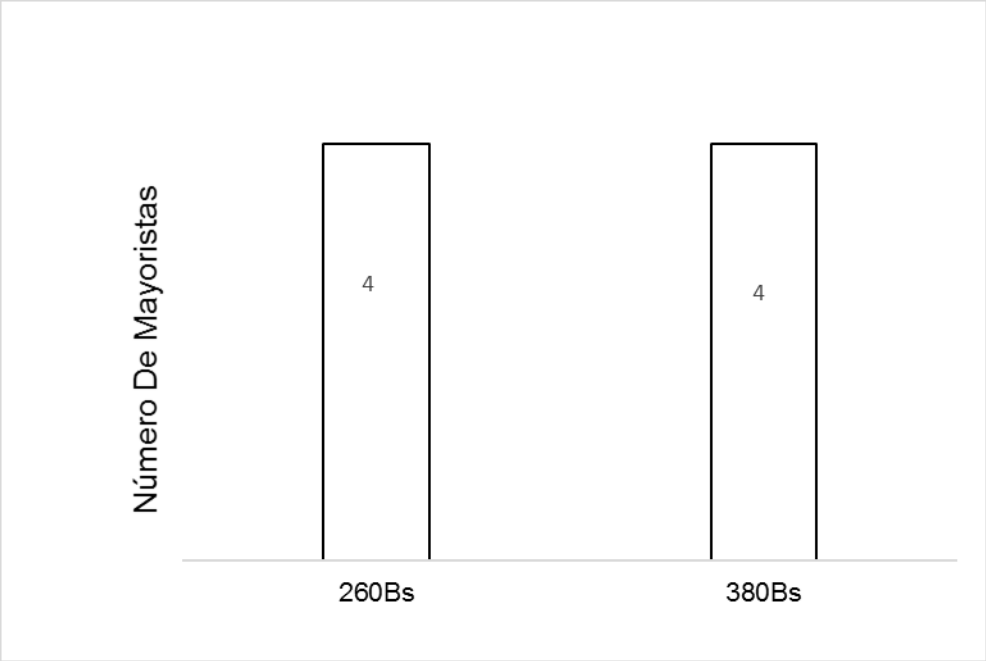

Figura 23. Precios de ventas de las cestas de los Mayoristas. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los mayoristas.

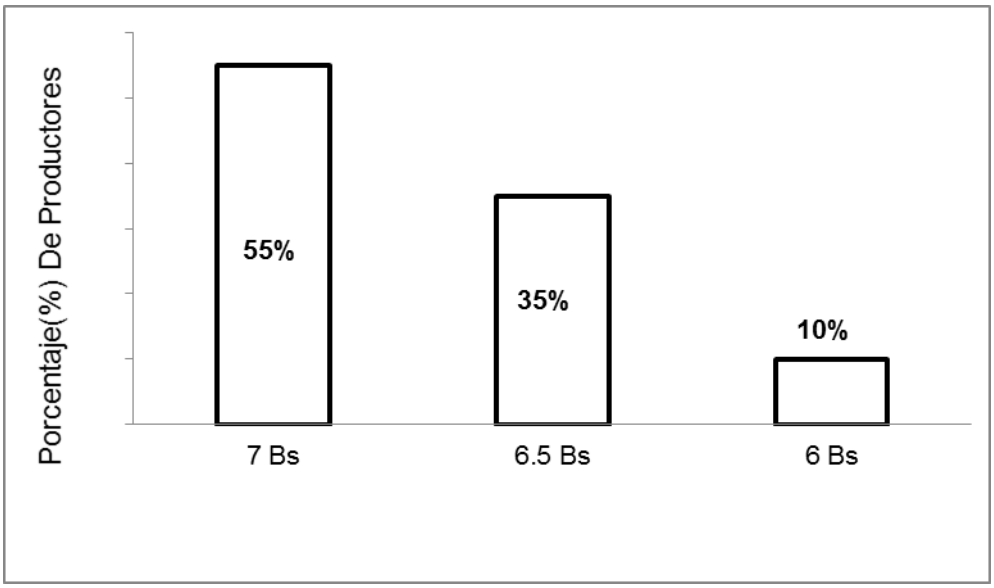

Figura 24. Precios actuales de venta (Bs/kg) del cambur de productor a mayorista. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 – 2013.

Fuente: Datos aportados por los productores.

Cuadro 7. Precios de venta (Bs/kg) del cambur a nivel de productor. Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar. Estado Aragua. Periodo 2012 –2013.

PRECIO ACTUAL	(Bs)			
ESTRATOS	7	6,5	6	TOTAL
ESTRATO 1 ≤ 1 ha	40	30	30	100%
ESTRATO 2 1<X>5 ha	62,5	12,5	25	100%
ESTRATO 3 ≥ 5 ha	100			100%

Fuente: Datos aportados por los productores.

Canales de comercialización del cambur

En la figura 25, se aprecia la organización de los canales de comercialización en la zona bajo estudio, como en la figura 1, comienza en el agricultor - productor hasta llegar al consumidor. En el ingenio se origina un canal de comercialización, la cual comienza en el productor, pasa por los tres tipos de mayoristas; siendo el mayorista local el que tiene mayor distribución colocando 2770 cestas semanales a nivel local, regional y nacional, representando el 82% de la distribución entre los mayoristas bajo estudio, seguidamente el mayorista externo con un 15% (500 cestas) y por último el productor distribuidor con un 3% (100 cestas) colocándolas al minorista /detallista hasta llegar a su destino final el consumidor.

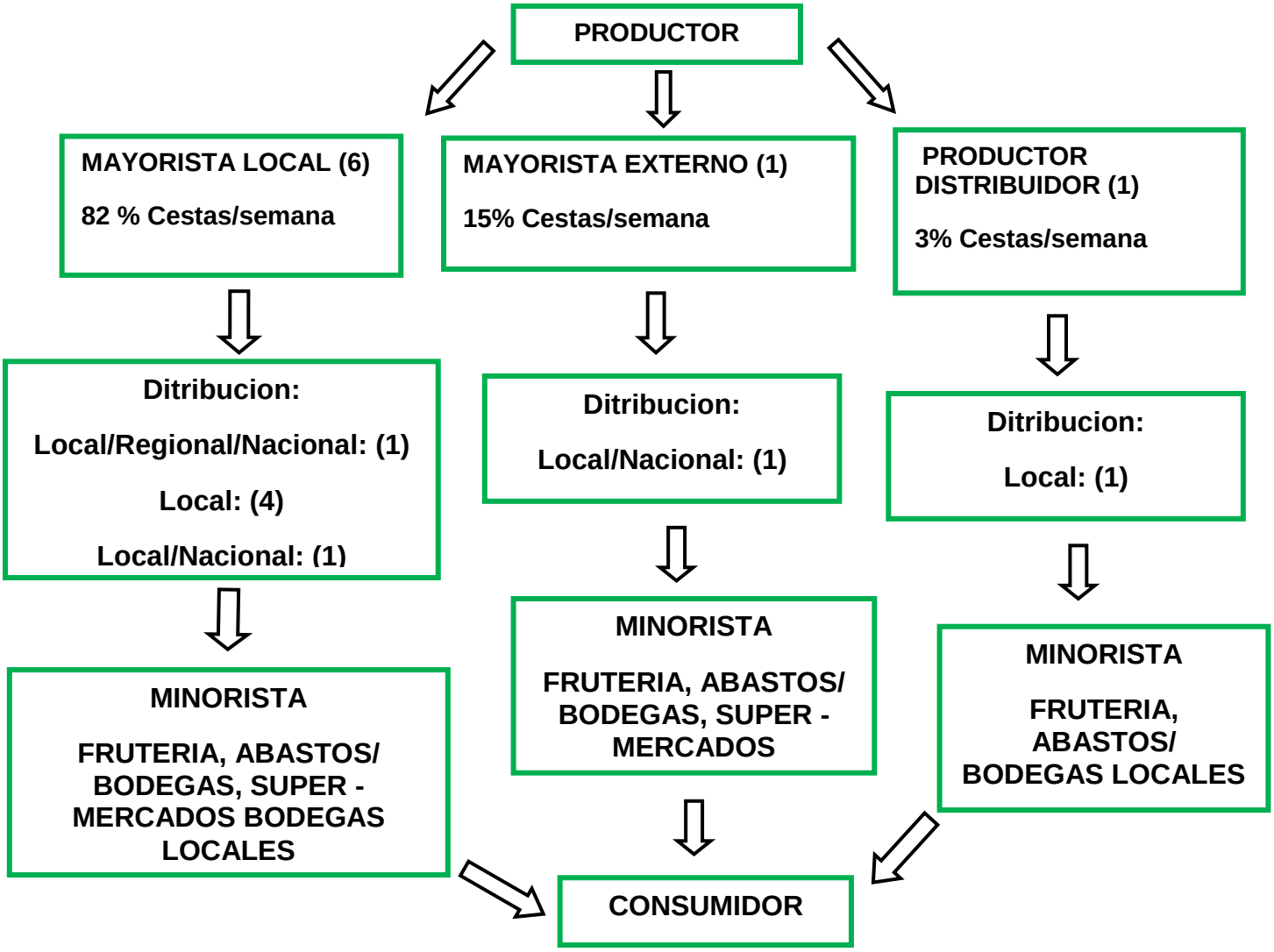

Figura 25. Canal de comercialización del cambur del Ingenio Bolívar. Municipio Bolívar estado Aragua.

Fuente: Datos aportados por los productores**.**

CONCLUSIONES

Después de conocer el funcionamiento de la comercialización del cambur y analizar los eslabones que los compone y su interacción; se puede dar unas recomendaciones y conclusiones y así contribuir al fortalecimiento y consolidación de los análisis y estudios sobre la comercialización del cambur en la región.

En lo que concierne al productor, se tiene que:

- La Asociación de productores es la que define y determina el precio de venta del cambur. El 75% de los productores se rigen por los precios establecidos por la asociación y para el resto sirve como precio referencial en sus transacciones.
- El 90% de los productores de cambur del Ingenio Bolívar se encuentran organizados.
- Los precios de venta del cambur en el Ingenio Bolívar, son estables durante el año y mantuvieron un rango de precios que oscilaron entre 7 Bs y 6 Bs/kg, para el periodo estudiado.
- El pago realizado por los mayoristas a los productores fueron: al contado (25%), semanal (40%), quincenal (10%), mensual o más de un mes (25%), siendo el más frecuente el semanal.
- El 75% de los productores no realizan selección ni clasificación del cambur por tamaño, pero cuidan la calidad de la fruta con la práctica de desflorado y evitando el rayado, aplicando fertilizante para garantizar un buen llenado
- El ingenio se encuentra constituido mayormente por pequeños productores (50%), los cuales poseen ≤ 1 ha.
- Los productores tienen la posibilidad de tener cultivos asociados, sin embargo el 100% de los encuestados manejan sus parcelas como monocultivos de cambur.

En lo que concierne al mayorista:

- El 90 % de los mayoristas que compran en el Ingenio Bolívar están ubicados en la zona bajo estudio
- Los mayoristas de cambur que compran en el Ingenio Bolívar, asumen el 100% de riesgo de traslado desde la parcela hasta el detallista.
- El 100% de los mayoristas no están asociados.
- Un 75% le compran de 1 a 4 productores del ingenio.
- El 50% de los mayoristas compran en otras zonas de producción.
- La compra de cambur por parte de los mayoristas en el Ingenio Bolívar, se realiza en el 100% de los casos a puerta de finca.
- El 25%, de los mayoristas que compran cambur en el Ingenio Bolívar son polivalente, el restante (75%) son especializados, es decir, se dedican únicamente a la compra y venta de cambur.
- La frecuencia de compra es semanal, en el 50% de los casos estudiados.
- El 100% de los mayoristas realizan las funciones físicas: 1. El empacado donde colocan el cambur en cestas plásticas con una capacidad hasta 22 kilos; 2. Acopian grandes lotes; 3. Luego clasifican (tamaño); 4. Almacenan para proceder a la maduración; 5. Transportan y distribuyen a los centros de consumo.
- El 50% de los mayoristas cobran al contado.

Recomendaciones

En lo que concierne a los productores:

- Procurar incluir aquellos productores que no pertenecen a la asociación, para que todos se rijan por un mismo sistema, lograr homogenizar los precios para no ocasionar perdida en ninguno de los casos.
- Usos de cultivos asociados.
- Mejora de vía en el Ingenio.

En lo que concierne al mayorista:

- Mejoras en la infraestructuras para la mejor aplicación de las funciones físicas de la cadena de comercialización
- Estudiar las mejoras del traslado del producto

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Arias, P; C, Dankers; P, Liu; P, Pikauska**.** 2004. La economía mundial del banano 1985 – 2002. Organización de las naciones unidas para la agricultura.

Caldentey, P; T, De Haro**.** 2004. Comercialización de productos agrarios. Ediciones Mundi – Prensa 354p

Escobedo, A. 2012. Cadena productiva de banano criollo (Gros Michel) de Costa Rica. http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A9525E/A9525E.PDF.

FAO. 2009. Depósitos de documentos de La FAO. Censo agropecuarios y géneros.

FEDEAGRO.2006. Estadísticas Agrícolas. Disponible en línea. http://www.fedeagro.org/comercio/default.asp.

Guzmán, J. 1990. El cultivo del banano y el plátano. Espasande. R.L. editores. Caracas, Venezuela 267p

Haddad, O; F, Leal. 1996 perspectivas de la producción de cambur de exportación y otras musáceas en el Estado Aragua.

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), 2013. Cultivo del banano.

López, W. 2002. Los mercados mayoristas en la distribución urbana de alimentos en Venezuela. Facultad de Agronomía. Trabajo de Ascenso. Maracay Venezuela. Universidad Central De Venezuela.

Martínez, G. 2009. Producción del plátano en Venezuela y el mercado mundial.http://platanoybananoenvenezuela.blogspot.com/2012/05/importancia-economica-y-distribucion.html.

Martínez, G., Delgado, E., Pargas, R., Manzanilla, E.,Ramírez, H. (2007). Consideraciones generales sobre la producción y el comercio mundial de banano. I: producción, exportación e importación. *Revista Digital CENIAP Hoy*. http://www.ceniap.gov.ve/pbd/RevistasTecnicas/ceniaphoy/index.htm

Revista. CENIAP HOY. Revista técnica de las ciencias del agro editada por el Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias del Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas de Venezuela. Ministerio de Agricultura y Tierras de Venezuela. http://www.ceniap.gov.ve/pbd/RevistasTecnicas/ceniaphoy/index.htm

Martínez, G; E. Delgado; D. Rodríguez; J. Hernández; Del valle Rómulo. 2008. Breve análisis sobre la producción de Musáceas en Venezuela. Universidad Nacional Experimental Sur del Lago

Martínez, H; y. Peña 2005. La Cadena Del Plátano En Colombia.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Observatorio Agrocadenas Colombia.

Mendoza, G. 1987. Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. IICA. Costa Rica.

Ministerio del Poder Popular Para la Agricultura y Tierra (MPPAT). Enlace web: http://www.mat.gob.ve/

Ortega, F. 2000. Caracterización técnico económica de los sistemas de producción cambur- hortalizas en el ingenio Bolívar, Municipio Bolívar. Estado Aragua. En Venezuela. Trabajo de Grado. Maracay Venezuela. Universidad Central De Venezuela

Orozco, M. J, Orozco. M, Robles. J, Velásquez. V, Medina. J, Alberto**.** 2004. XVI Reunión Internacional ACORBAT, Oaxaca; México

Piña, G, G. Laborem Escalona, J. Surga, C. Marín, L. Rangel, M. Espinoza, A. Delgado**.** 2006**.** Atributos de calidad en frutos de híbridos FHIA (*Musa*) para tres ciclos de cosecha. Rev. Fac. Agron. (LUZ).

Rebolledo, M**.** 2001. Uso actual y potencial del cambur (Musa AAA, Subgrupo ‘‘Cavendish”), en la gran y mediana industria superior de alimentos en la Región Central y Capital de Venezuela. En Venezuela. Trabajo de Grado. Maracay Venezuela. Universidad Central De Venezuela

Rodríguez, G; Y, Abreu; J.C, Rey; D, Lobo; N, Muñoz. 2006**.** Relación entre el vigor del cultivo de banano (*musa* AAA) con salud y desarrollo radical, en suelos aluviales del estado Aragua, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Facultad de Agronomía. Maracay, Venezuela. Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas (INIA-CENIAP). Maracay, Venezuela.

Rojas, A. 2008. Caracterización de la distribución y mercadeo del cambur (Musa AAA, cv. ‘‘Cavendish”), en los municipios Mariño y Girardot, estado Aragua. Trabajo de Grado. Maracay Venezuela. Universidad Central de Venezuela

Salazar, J. 2000. Estudio técnico económico de la producción del cambur (Musa AAA, cv Giant ‘‘Cavendish”) en la zona oriental de la depresión del lago de Valencia, estado Aragua. Trabajo de o Ascenso. Facultad de Agronomía, Universidad Central de Venezuela. Maracay Venezuela.

Salazar, J. Cuevas, O. 2010. Situación actual y tendencias de la producción y consumo de cambur (Musa AAA) en Venezuela, 1949-2010. (Venezuela)

ANEXOS

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

INSTITUTO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA Y CIENCIAS SOCIALES

INGENIO BOLIVAR, MUNICIPIO BOLIVAR-ESTADO ARAGUA

ENCUESTA AL PRODUCTOR DE CAMBUR

ASPECTOS GENERALES

Encuestador:_____Fecha:

Lugar

Identificación para el productor. Relación productor/ mayorista

1. Pertenece a alguna asociación?

   ( ) No ( ) Si; a cual: _____

   Desde hace cuanto tiempo?_____

2. A quien le vende?

3. Le vende a la industria?

( ). Si ( ). No

4. Desde cuando le vende?

5. Donde están ubicados sus compradores?

6. Quien define el precio?

7. Precio actual de venta?

8. El mayorista lo financia?

9. Forma de pago: □ De contado. □ Semanal. □ Quincenal.

   □ A consignación. □ Otras, especifique: _____

10. Hay exigencias de tamaño de la fruta por parte del comprador?

11. Que exigencias le hace su comprador?

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

INSTITUTO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA Y CIENCIAS SOCIALES

INGENIO BOLIVAR, MUNICIPIO BOLIVAR-ESTADO ARAGUA

AL MAYORISTA ENCUESTA DE CAMBUR

ASPECTOS GENERALES

Encuestador:_____Fecha:

Lugar

Identificación del mayorista.

1. Son de la localidad? ( ) Si

   ( ) No; de donde proviene? :_____

2. Pertenece a alguna asociación?

   ( ) No ( ) Si; a cual:_____

   Desde hace cuanto tiempo?_____

3. De quien adquieren el cambur? ( ) intermediarios

   ( ) Directo al productor; de se así, a cuantos productores del ingenio le compra? Nº:_____

   Productores de otras zonas? Nº:_____

   En que otra zona de producción compran? :_____

4. Compran otras frutas?

5. Con que frecuencia compra el cambur?

   ( ) Semanal ( ) Quincenal ( ) Mensual.

6. Destino de la mercancía?

   ( ). Local (San Mateo, turmero, cagua) ( ). Aragua ( ). Otros, especifique: _____

7. Clasifica la mercancía?

   ( ). Tamaño. (). Pequeño; (). Mediano; (). Grande

   ( ). Madurez. (). Verde; (). Pintón; (). Maduro

   ().Otros, especifique: _____

8. Actividades del mayorista.

   Encesta (empacado). Si ( ) No ( )

   Madura? Si ( ) No ( )

   Almacena (refrigerado) Si ( ) No ( )

   Tiempo de almacenamiento. ( ). Días

9. A quien le vende?

   ( ) Súper mercados ( ) Abastos ( ) Bodegas. ( ). Otros

10. En qué cantidad les vende?

11. Precio de venta