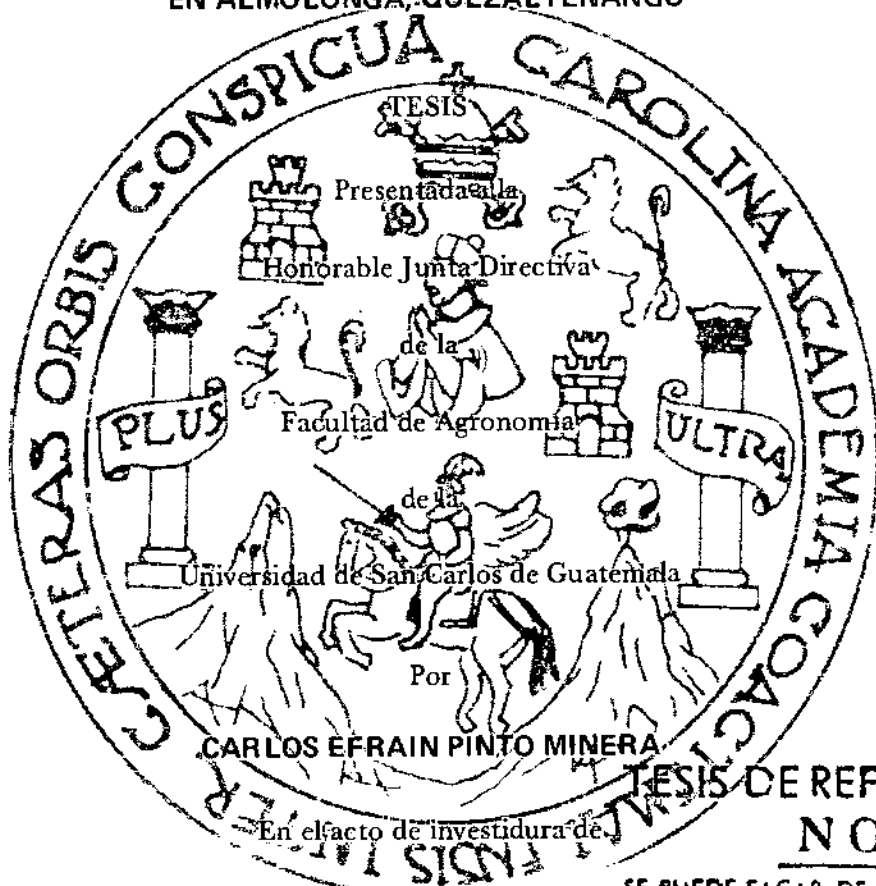


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE AGRONOMIA

ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACION DE HORTALIZAS
EN ALMOLONGA, QUEZALTENANGO



INGENIERO AGRÓNOMO

SE PUEDE SACAR DE LA BIBLIOTECA CENTRAL - USAC.

En el grado académico de
LICENCIADO EN CIENCIAS AGRICOLAS

Guatemala, Octubre 1977

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central
Sección de Tesis

R
01
T(320)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Rector

Dr. Roberto Valdeavellano P.

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE AGRONOMIA

Decano en funciones:	Ing. Agr. Rodolfo Estrada G.
Vocal primero:	Ing. Agr. Rodolfo Estrada G.
Vocal segundo:	Dr. Antonio Sandoval S.
Vocal tercero:	Ing. Agr. Sergio Mollinedo B.
Vocal cuarto:	P.A. Laureano Figueroa
Vocal quinto:	P.A. Carlos Leonardo L.
Secretario:	Ing. Agr. Leonel E. Coronado C.

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

Decano:	Ing. Agr. Carlos F. Estrada C.
Examinador:	Ing. Agr. Salvador Castillo
Examinador:	Ing. Agr. Arturo Aguirre
Examinador:	Ing. Agr. Ovidio Amaya
Secretario:	Ing. Agr. Oswaldo Porres G.

Guatemala, 28 de septiembre de 1977

Señor Decano de la
Facultad de Agronomía
Ing. Agr. Rodolfo Estrada G.
Ciudad Universitaria

Señor Decano:

En cumplimiento a lo solicitado en providencia No. 378 de fecha 10 de octubre de 1974, por medio de la cual la decanatura solicitara mi colaboración para asesorar al estudiante Carlos Efraín Pinto Minera en la elaboración del trabajo de Tesis titulado "Las Alternativas de Comercialización de Hortalizas en Almolonga, Quezaltenango", me permito informar a usted que dicho trabajo ha sido concluído y revisado.

El mencionado trabajo constituye una valiosa contribución a la solución de los problemas de comercialización que afrontan los productores y comerciantes de Almolonga, importante zona productora de hortalizas, tanto para el mercado de la ciudad capital, como para la zona occidental del país.

Por lo antes expuesto, recomiendo su aprobación e impresión.

Atentamente,

Ing. Luis F. Escobar
Asesor

Guatemala, 10 de Octubre de 1977

Señores de la Honorable
Junta Directiva de la
Facultad de Agronomía
Ciudad Universitaria

Honorable Junta Directiva:

Por este medio tengo el agrado de presentar a vuestra consideración el trabajo de Tesis titulado:

**“ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACION DE
HORTALIZAS EN ALMOLONGA, QUEZALTENANGO”.**

Como requisito previo a optar el título de INGENIERO AGRONOMO, en el grado académico de LICENCIADO EN CIENCIAS AGRICOLAS.

Esperando merezca vuestra aprobación, aprovecho la oportunidad para presentaros mis respetos,

Atentamente

Carlos Efraín Pinto Minera
Carnet No. 11,642

DEDICATORIA

A DIOS

A MIS PADRES:

Carlos Alberto Pinto L.
Lidia Luz Minera de Pinto

A MI ESPOSA:

Ana Gladys

A MIS HERMANOS:

Luz Virginia, Randolpho,
Oliverio y Verónica.

RECONOCIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Agr. Luis Felipe Escobar C. y al Lic. Antonio Muñoz S. quienes con sus observaciones hicieron posible la culminación de la presente Tesis.

INDICE

LISTA DE CUADROS

LISTA DE GRAFICAS

1. INTRODUCCION

- 1.1 Introducción
- 1.2 Antecedentes
- 1.3 Planteamiento del problema
- 1.4 Objetivos
- 1.5 Hipótesis

2. REVISION DE LITERATURA

3. METODOLOGIA

- 3.1 Conocimiento de la población
- 3.2 Estratificación
- 3.3 Determinación de la muestra
- 3.4 Aplicación de la encuesta
- 3.5 Información sobre precios

4. CARACTERISTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

- 4.1 Descripción del área
- 4.2 Población
- 4.3 Estratificación de la población
 - 4.3.1 Agricultores o productores
 - 4.3.2 Intermediarios
 - 4.3.3 Productores-intermediarios
 - 4.3.4 Contratistas

5. PRESENTACION DE RESULTADOS

- 5.1 Producción
 - 5.1.1 Tecnología aplicada

- 5.1.2 Preparación del terreno
- 5.1.3 Semilleros
- 5.1.4 Siembra directa y trasplante
- 5.1.5 Labores culturales
- 5.1.6 Cosecha
- 5.2 Comercialización
 - 5.2.1 Clasificación
 - 5.2.2 Empaque
 - 5.2.3 Transporte
 - 5.2.4 Compra-venta
 - 5.2.5 Canal de comercialización
 - 5.2.6 Precios
 - 5.2.6.1 Acelga
 - 5.2.6.2 Apio
 - 5.2.6.3 Cebolla
 - 5.2.6.4 Coliflor
 - 5.2.6.5 Lechuga
 - 5.2.6.6 Papa
 - 5.2.6.7 Repollo
 - 5.2.6.8 Zanahoria
- 5.3 Identificación de las alternativas de venta.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7. BIBLIOGRAFIA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central
Sección de Tesis

LISTA DE CUADROS

- No. 1 Almolonga, Quezaltenango: Grupo étnico, número según ocupación, 1974.
- No. 2 Almolonga, Quezaltenango, número de comercios establecidos, año 1974.
- No. 3 Empaques utilizados en las hortalizas de Almolonga.
- No. 4 Costos de transporte y días principales de salida de las hortalizas de Almolonga hacia los principales lugares de distribución. Almolonga, Quezaltenango, 1974.
- No. 5 Canal de comercialización de las hortalizas de Almolonga.
- No. 6 Comportamiento de precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Acelga.
- No. 7 Comportamiento de precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Apio.
- No. 8 Comportamiento de precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Cebolla.
- No. 9 Comportamiento de precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala,

Retalhuelu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Coliflor.

- No. 10 Comportamiento de precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Lechuga.
- No. 11 Comportamiento de precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Papa.
- No. 12 Comportamiento de precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Repollo.
- No. 13 Comportamiento de los precios al por mayor y menor en los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango y su relación con los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974. Zanahoria.
- No. 14 Diferencias promedio existentes entre los precios al por mayor y menor, en los principales mercados donde se comercializan las hortalizas y precios promedio de Almolonga, durante los meses de Mayo y Junio 1974.

LISTA DE GRAFICAS

- No. 1 Acelga: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.
- No. 2 Apio: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.
- No. 3 Cebolla: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.
- No. 4 Coliflor: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.
- No. 5 Lechuga: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.
- No. 6 Papa: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.
- No. 7 Repollo: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.
- No. 8 Zanahoria: margen bruto de precios al por mayor entre los mercados de Guatemala, Retalhuleu y Mazatenango con relación a los precios de Almolonga, Mayo y Junio 1974.

1. INTRODUCCION

1.1 INTRODUCCION

Almolonga es uno de los principales productores de hortalizas de la República de Guatemala, y por añadidura, un centro abastecedor de mercados, tanto nacionales como extranjeros. En consecuencia, sus agricultores e intermediarios han ido dependiendo cada día más de la producción y comercialización de estos cultivos. Las condiciones topográficas permiten la siembra en forma intensiva de hortalizas, ocupando en forma considerable la mano de obra, tanto en las labores de cultivo, como en las de comercialización.

El desarrollo económico de un país agrícola exige que el mercadeo de sus productos se especialice y tecnifique cada día más. En la actualidad está reconocida la importancia que tiene la comercialización de productos agrícolas, ya que a través de su tecnificación, permite lograr mejores canales de distribución, precios adecuados al producto, reducción de pérdidas, así como hacer un uso racional del transporte, y de ofrecer al consumidor, producto de mejor calidad y presentación.

1.2 ANTECEDENTES

Tal como se expuso con anterioridad, la actividad económica de los habitantes de Almolonga, depende básicamente de la horticultura. Sin embargo, se ha venido observando una serie de problemas que obstaculizan una adecuada comercialización de sus productos, por lo que se ha considerado importante realizar el presente estudio

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El agricultor del Valle de Almolonga, a pesar de que ha alcanzado cierta especialidad en el cultivo de hortalizas, en lo que se refiere a su comercialización, se observan problemas tales como la falta de calidad en los mercados de consumo, derivados en su mayor parte, por falta de clasificación, mal empaque,

transporte inadecuado y canales de comercialización innecesarios.

1.4 OBJETIVOS

- Conocer la forma de manejo, el transporte, las características del mercadeo y los márgenes de ganancia por concepto de comercialización hortícola, en los que participan cada uno de los grupos poblacionales existentes.
- Conocer la situación actual de la producción hortícola del Municipio de Almolonga.
- Identificar las alternativas de venta, las ventajas y desventajas de cada una de ellas.

1.5 HIPOTESIS

Para aumentar los beneficios de los agricultores de Almolonga, es posible recomendar que se aplique una sola de las posibilidades de venta que actualmente se acostumbran.

2. REVISION DE LITERATURA

Es importante hacer notar la poca literatura nacional que existe con relación a la comercialización de productos agrícolas, y se vuelve aún más escasa cuando se entra al campo de la comercialización de productos hortícolas a nivel regional.

Asimismo es necesario conocer diferentes puntos de vista de autores de reconocida capacidad, con los cuales se podrá tener un criterio más amplio para analizar y tratar de aportar algunas soluciones con el presente estudio, para solucionar de ser posible, los problemas de la comercialización de hortalizas en Guatemala.

Hoy en día, se reconoce en casi todos los países, la posición clave que tiene el mercadeo para el desarrollo económico y para el desarrollo agrícola en particular. El antiguo concepto en el que se hacía énfasis solamente en la producción, sin considerar las posibilidades del mercadeo, afortunadamente están desapareciendo. En la mayoría de los países existe ahora una preocupación general porque el fomento de la producción se considere en estrecha relación con las posibilidades del mercado. La organización y los métodos de mercadeo determinan en gran parte el desarrollo de la producción, porque el estímulo necesario para el campesino se logra solamente a través de un buen mercado. (10)

En el constante aumento de la producción agrícola en los últimos años, unido al reconocimiento cada vez más amplio de la responsabilidad gubernamental en la tarea de contribuir a la elevación de los niveles de consumo de alimentos, se ha traducido en que se preste mayor atención que antes, a los procedimientos para incrementar la productividad y para rebajar los costos. Es en los canales de la comercialización, a través de los cuales se llevan los productos desde el granjero al consumidor; así como es en la producción agrícola entendida en su sentido restringido, donde se buscan estos medios de mejoramiento. En efecto, mediante una mayor eficacia en la producción y comercialización, pueden conseguirse precios más bajos para los productos alimenticios. (2)

A medida que los países se van comercializando más, y que una proporción creciente de su población viven en las ciudades, se hace indispensable un sólido mecanismo nacional de mercadeo para la satisfacción de las necesidades alimenticias a precios razonables. La provisión de artículos alimenticios básicos, representa un requisito fundamental para la nutrición, su costo y calidad, constituyen un factor importante de bienestar del consumidor. Si los consumidores no pueden obtener los alimentos principales en su dieta a un costo que esté dentro de sus posibilidades, se reduce su capacidad de trabajo, y se hace perdurable el descontento. (3)

Los esfuerzos realizados en orden a mejorar los sistemas de comercialización, ponen en frecuencia de manifiesto que, además de las mejoras en la calidad del producto, en su empaquetado y en los procedimientos de transporte, también es esencial el mejoramiento de la organización de las instalaciones de los mercados. (2)

En los programas de asesoramiento y experimentación deberá adoptarse una actitud prudente para evitar alentar al productor a admitir políticas que no resultarían ventajosas desde el punto de vista económico. Con demasiada frecuencia ha sucedido que un mejoramiento de la calidad del producto no ha proporcionado un beneficio económico mayor, a causa de que la naturaleza de la demanda del consumidor en aquel momento no ofrecía remuneración adecuada para una mejor calidad. (2)

Es frecuente motivo de queja para los agricultores la proporción relativamente pequeña del precio al menudo de los alimentos que de hecho va a parar a sus manos. La diferencia la absorben en gran parte ciertos servicios que los consumidores tienen en mucha estima, pero también hay que atribuirle en parte a métodos ruinosos e ineficaces de manipulación, a pagos de interés excesivo, etc. (3)

Como algunas veces hay cierta resistencia a emprender investigaciones sobre la comercialización y programas de perfeccionamiento por causa de su posible impacto sobre los

intereses creados, hay que recalcar que dichas investigaciones y programas no tienen porqué adolecer de parcialidad ni de perjuicio alguno contra los intermediarios ni las estructuras comerciales existentes. Su objeto principal es, que los canales comerciales de todos los tipos, adopten los mejores métodos y lleven a cabo sus correspondientes funciones con la máxima eficacia posible. (3)

Sin una clasificación, el comprador tiene que inspeccionar siempre todo el producto para estar seguro de que paga un precio justo de acuerdo a la calidad. Con un sistema de clasificación, se puede hacer tal vez la compra, basándose solamente en muestras para verificar la calidad ofrecida. Cuando las normas de calidad están aún garantizadas por una autoridad superior (gobierno), se puede hacer la compra simplemente en base a la descripción del producto (descripción de la calidad). Sin una determinada calidad es también difícil establecer un precio justo para el producto porque raras veces se puede verificar durante una inspección relativamente corta, la calidad exacta que posee un determinado lote. Las normas constituyen entonces el único medio de llegar a diferenciaciones concretas de valorización. Sin normas que le permitan forjarse una idea de lo que compra, todo comerciante se ve obligado a examinar la totalidad de la consignación que recibe del vendedor. Solamente un sistema de clasificación hace posible la venta en una subasta o en una bolsa de productos. (10)

El establecimiento de normas de calidad para frutas y hortalizas representa una necesidad urgente. Sin embargo la clasificación de productos que llenen los requisitos establecidos por las normas no serán de ninguna utilidad si los productos no son posteriormente transportados en recipientes protectores que preserven su calidad. Por lo tanto, se deduce que el uso de recipientes protectores debe preceder o ser adoptado conjuntamente con el establecimiento de normas de calidad. Los tipos de recipientes a usarse para embarques a los Estados Unidos serán establecidos con base a las costumbres comerciales de ese país, los costos relativos de los recipientes, ya sean de papel corrugado o de madera; y si el embarque se hará por avión o por barco. Por lo tanto, se deduce que puedan usarse recipientes de

cartón o de madera, según sea el caso. (5)

Al realizar la encuesta se observó que el problema más difícil de resolver, al momento, es debido a la propia idiosincracia de las personas de la zona, normalmente desconfiadas y si a esto se agrega que han sido engañadas muchas veces, resulta difícil realizar preguntas en las que deben mencionarse nombres, sobre todo cuando el que hace la pregunta se hizo necesario para poder realizar este tipo de pregunta se hizo necesario que el entrevistador hiciera uso de algunas técnicas de convencionamiento. (1)

Es comprensible y natural que los agricultores indígenas que representan más del 70o/o de la población total de la región se cierran en sus tradiciones y busquen una forma de asesoramiento conforme a sus necesidades. Por esto se desarrollan y mantienen los intermediarios locales que además de comprar sus productos y financiar sus cultivos, asisten a los agricultores y sus familias, no sólo en materia de producción y comercialización, sino en las demás necesidades. (4)

3. METODOLOGIA

3.1 CONOCIMIENTO DE LA POBLACION

Para tener un conocimiento claro de la población a estudiar, fue necesario la observación sistemática y el conocimiento apriori.

Para ello se empleó el sistema de la entrevista personal, el cual consistió en formularle a la persona que se entrevistó, una serie de preguntas que de antemano el interlocutor había estudiado. Las preguntas iban de acuerdo con los objetivos que se perseguían en la entrevista.

Las entrevistas se llevaron a cabo con las distintas clases de personas que componían la comunidad, y las que, para ser entrevistadas se tomaron estrictamente al azar con el objeto de que las respuestas fueran lo más imparcial posible.

Después de cada una de las entrevistas obtenidas con las distintas personas, se llevó a cabo un resumen de lo más importante expresado por las personas entrevistadas.

3.2 ESTRATIFICACION DE LA POBLACION

Luego de tener una idea global de la población, se procedió a efectuar una estratificación de los distintos grupos poblacionales existentes en la localidad y que estuvieran relacionados con la agricultura, teniendo el cuidado de que, al efectuar la sumatoria de los distintos grupos, se obtuviera siempre el 100o/o de la población agrícola. Esto sólo puede efectuarse con el conocimiento previo de la población a estratificar que se tuvo.

3.3 DETERMINACION DE LA MUESTRA

Una vez detectados los sub-grupos poblacionales que actuaban en la comunidad bajo objetivos similares o bien sub-grupos homogéneos, se procedió a determinar el tamaño de la muestra para cada uno de ellos.

Tomando en cuenta que no se tenía el número exacto del total de personas que constituían cada sub-grupo poblacional y por ende de la población total, se partió de la premisa de que los grupos principales eran homogéneos, con ésto se tomó en cuenta de que existe un mínimo de muestra para cada subgrupo poblacional, habiéndose determinado su tamaño exacto cuando se llegó a completar el mínimo establecido.

En el momento que se completó el mínimo del subgrupo más pequeño, se estableció el porcentaje de diferencia entre sub-grupos y así se pudo determinar la importancia entre ellos.

Tomando en cuenta que los sub-grupos poblacionales identificados en la región bajo estudio, se caracterizan por ser altamente homogéneos, el tamaño de la muestra, se basó en entrevistar a 30 personas como mínimo.

“Vale la pena recordar que de acuerdo al teorema del límite central, las medias muestrales de poblaciones cuya distribución no es normal, tiende a estar distribuido normalmente cuando el número de casos alcanza a un número cercano a las 30 observaciones. Sobre la base del análisis de unos treinta casos o más, se reduce considerablemente el error muestral, especialmente en el caso de las poblaciones homogenizadas, por lo cual los estimadores de las muestras son representativos de los parámetros de la población”. (6)

Hay que hacer notar que los casos tomados bajo estudio en la encuesta fueron seleccionados completamente al azar.

3.4 APLICACION DE LA ENCUESTA

Con la determinación del tamaño de muestra por sub-grupo, se procedió a la entrevista de agricultores, intermediarios, etc., que formaban el total de la población.

La selección de la persona a entrevistar se procuró que fuera, lo más imparcial posible y que la escogencia fuera completamente al azar. Para lograr esto se dividió en dos partes el área de trabajo:

- Area de cultivo de las hortalizas
- Lugar de comercialización de las hortalizas.

Para entrevistar a las personas que trabajan en el área del cultivo de las hortalizas, se tomó como base una fotografía aérea sobre el Valle de Almolonga.

Para seleccionar las unidades a entrevistar, y una vez numeradas, se procedió a numerar las distintas parcelas productoras de hortalizas, habiendo sido necesario utilizar, tablas de números aleatorios. con el objeto de permitir una misma oportunidad de salir seleccionadas cada una de ellas.

Establecidas las unidades a entrevistar, se presentaron casos en que no se encontraba presente la persona seleccionada, entrevistándose al propietario de la parcela inmediata superior.

Las entrevistas que se hicieron en el área urbana, fueron realizadas en la plaza municipal, y de preferencia se tomaron los días principales de mercado, con el objeto de contar con más representatividad de la población.

El cuestionario fue proyectado para obtener información sobre aspectos y problemas específicos de la comercialización en la comunidad; la papeléta contaba con 32 preguntas y el sistema utilizado con los entrevistados fue indirecto, ésto con el objeto de darles más confianza a la persona.

3.5 INFORMACION SOBRE PRECIOS

La información sobre precios de venta de las hortalizas de Almolonga, fue recopilada en los lugares donde se realizó la compra-venta de las mismas. En este sentido los precios tomados en Almolonga, permitieron determinar, los márgenes de ganancia a nivel de intermediarios, así mismo a nivel de productor y en esta forma fue preciso recopilar precios en el lugar de producción, (parcelas de cultivo, y centros de acopio) y en los días principales de plaza en el mercado municipal.

En la recopilada de información fue preciso determinar precios al por mayor, y precios al por menor, dependiendo de la hortaliza en particular.

El tiempo utilizado en la recopilación de los precios fue por un lapso de 2 meses, y las fechas fueron establecidas de acuerdo con los días principales de plaza, en los mercados de Mazatenango y Retalhuleu que son dos centros principales de distribución de los productos de Almolonga en la costa sur del país.

Para el caso de los productos que se comercializan en la ciudad de Guatemala, se tomaron los precios diarios del mercado Terminal; con esta información se tuvieron precios de compra en el lugar de producción y precios de venta en los principales lugares de distribución.

Los precios fueron tomados de las principales hortalizas cosechadas y se tomó en cuenta la calidad de las mismas, así como su unidad de medida. Ver cuadro No. 3.

4. CARACTERISTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

4.1 DESCRIPCION DEL AREA.

El municipio de Almolonga se encuentra a una altura de 2,251.21 metros sobre el nivel del mar, y tiene una precipitación media anual de 2,000 mm, con una temperatura media anual de 15 grados centígrados. Su clima es frío húmedo-seco, encontrándose a 91 grados, 29 minutos y 38 segundos longitud oeste, y 14 grados, 48 minutos y 53 segundos longitud norte con una extensión territorial de 20 kilómetros cuadrados, de los cuales 1.9 kilómetros es tierra regable y 18.1 kilómetros corresponden a laderas y montañas.

Colinda al norte con el Municipio de Cantel y Quezaltenango, al este con los municipios de Zunil y Quezaltenango, al oeste con el municipio de Quezaltenango, y al sur con el municipio de Zunil.

Se encuentra a una distancia de 12 kilómetros de la cabecera departamental de Quezaltenango y la carretera que los une es de segundo orden.

La etimología de su palabra se deriva de voces mexicanas atl=agua, malo=manar la fuente, ca=sufijo locativo "Lugar donde mana el agua", debido a las aguas termales que manan de su jurisdicción.

El lugar se encuentra irrigado por varios nacimientos de agua que afloran en la parte norte del valle, siendo aprovechado por los agricultores durante su recorrido por las parcelas de cultivo.

Los canales de riego son rudimentarios y están distribuidos por todas las parcelas del lugar. Los suelos de Almolonga pertenecen a la serie de Suelos de Alotenango, los cuales se caracterizan por ser profundos, bien drenados, desarrollados sobre cenizas volcánicas recientes, siendo su textura

en el valle, franco-arenosa y en las laderas, arcillosa. Así mismo su PH oscila entre 6.2 y 6.9.

4.2 POBLACION

Es importante hacer notar que se hizo un conocimiento exante sobre la población a estudiar; para tal fin se tuvo la necesidad de convivir en el lugar por espacio de tres meses; en dicho tiempo se pudo establecer por medio de una observación sistemática, aquellos aspectos importantes relacionados con el presente estudio y en esta forma se pudo determinar la cantidad de sub-grupos poblacionales que actuaban en la población.

Las relaciones sociales que existen en la población de Almolonga, por ser una comunidad donde la mayoría de sus pobladores son indígenas, se desenvuelven en una forma tradicional, conservando así, los valores que los caracterizan como población indígena.

Las creencias religiosas son formas de mantener vivo el sentimiento de comunicación y relación entre ellos mismos, pues en las fiestas religiosas es cuando más demuestran sus costumbres y tradiciones.

Bajo el punto de vista étnico, la población del municipio de Almolonga cuenta con 97.0/o de personas indígenas (1) siendo su población total de 7,242 habitantes (2). El porcentaje de analfabetismo es alrededor de 81o/o. Sus pobladores hablan el idioma español y su lengua natal es El Quiché.

Su población está dividida en grupos: Agricultores, intermediarios, agricultores-intermediarios y transportistas, etc., formando la totalidad de la población activa del lugar, y cada uno de ellos está directamente relacionado con la producción hortícola.

(1) *Censo de 1964 de la Dirección General de Estadística.*

(2) *Censo de 1973 de la Dirección General de Estadística.*

El grupo de los agricultores es el encargado de cultivar las hortalizas, y sus esfuerzos van encaminados a cumplir su papel principal que es la producción.

Los intermediarios se dedican básicamente a la compra y venta del producto cosechado, desarrollando sus actividades dentro y fuera del lugar.

Comercializan las hortalizas al por menor en casi toda la costa sur del país y sureste de México, y al por mayor en el mercado mayorista terminal de la Ciudad Capital, cuando las condiciones de mercado les favorecen.

Como grupo intermedio se encuentra el Productor-Intermediario, quienes además de dedicarse al cultivo de hortalizas, adquiere producto de otros agricultores para distribuirlo en los distintos mercados del interior de la República.

Complementariamente a las 2 actividades ya mencionadas —Producción y Comercialización—, se ha venido formando un grupo relativamente joven, que es el de los transportistas, que a su vez se descompone en 2 sub-grupos.

- El sub-grupo de transportes mixto extra-urgano, que su función principal es el transporte de personas y hortalizas entre Almolonga y Quezaltenango.
- El sub-grupo de transporte de carga, que obtiene sus ingresos por concepto del transporte de las hortalizas y de intermediarios del lugar de producción, (dueños de hortalizas), a los mercados de consumo.

La población que no tiene relación directa con la agricultura, se dedica a diversas actividades, pudiéndose observar estas en los siguientes cuadros:

CUADRO No. 1

ALMO LONGA, QUEZALTENANGO: GRUPO ETNICO,
NUMERO, SEGUN OCUPACION

1974

OCUPACION	GRUPO ETNICO	NUMERO
Carniceras	Indígenas	6
Candeleros	Indígenas	2
Sastres	Indígenas	6
Canasteros	Ladino	1
Albañiles	Indígenas	20
Vendedores de Víveres	Indígenas	10
Tortillera	Indígena	1
Barberos	Indígenas	8
Marimberos	Indígenas	25
Comerciantes ambulantes	Indígenas	20
Comadronas	Indígenas	5
Comadronas	Ladinas	2
Sajorines y Sacerdotes	Indígenas	50
Zapateros	Indígenas	2
Choferes	Indígenas	65
Carpinteros	Indígenas	2
Tortuleros	Indígenas	2
Panadero	Indígena	1
Cargadores de bultos	Indígenas	6
Lavanderas	Indígenas	55
TOTAL		239

FUENTE: Investigaciones del Autor.

CUADRO No. 2

ALMOLONGA, QUEZALTENANGO, NUMERO DE
COMERCIOS ESTABLECIDOS, AÑO 1974

COMERCIOS ESTABLECIDOS	NUMERO
Cantinas	25
Tiendas	12
Ventas de semillas e insumos agrícolas	5
Farmacias	3
Molinos de Mixtamal	5
Pulpería y cantina	2
Venta de granos	1
Carpinterías	2
Barberías	8
Sastrerías	5
TOTAL	68

FUENTE: Investigaciones del Autor.

4.3 ESTRATIFICACION DE LA POBLACION

Como consecuencia de la aplicación del nuevo método para efectuar el análisis estadístico a la población, se le tuvo que hacer una estratificación, la cual consistió en detectar los grupos poblacionales con características homogéneas que actuaban movidos por intereses comunes. De esta investigación se clasificaron dos grupos importantes que son: Los productores y los intermediarios, además un grupo que actúa con las dos funciones, o sea que son productores e intermediarios a la vez, un grupo relativamente nuevo, que son los transportistas y finalmente el grupo de los contratistas.

Para formarse una idea más clara, se detallarán cada uno de los grupos poblacionales.

4.3.1 AGRICULTORES O PRODUCTORES

Siendo Almolonga un municipio dedicado a la producción de hortalizas, la parte de la población que se dedica al cultivo de las mismas, viene a constituir el grupo poblacional más fuerte del lugar, que son los productores.

Para poder considerar a los productores como grupo poblacional, se partió de los intereses que los mueven a actuar en un momento dado.

Los problemas que les rodean, son en realidad, muy específicos, y todos se encuentran en relación directa con la problemática productiva.

Algunos de estos problemas que afronta este grupo son:

- Existencia de minifundistas y escasez de tierra.
- Alto costo de los insumos agrícolas.
- Los bajos precios pagados por las hortalizas cosechadas.

- El control de nuevas enfermedades en las hortalizas.
- La falta de asesoría técnica.

Dicho grupo se encuentra dedicado 100o/o a la producción de hortalizas, y a pesar de la gama de problemas que los rodean, siempre las producen, aunque se ponga en duda muchas veces los beneficios obtenidos por el trabajo y tiempo empleado y capital invertido.

En base a encuesta realizada, se concluyó que el grupo de los agricultores es mayor que el de los productores intermediarios en 1.56 veces. (3)

La relación social de los agricultores se limita, con personas del propio municipio, así como con los de la propia cabecera Departamental.

Esta situación los pone en desventajas con el resto de habitantes, especialmente intermediarios, los que sí se relacionan constantemente con otros estratos sociales como consecuencia de su actividad. El agricultor por lo tanto se caracteriza por ser bastante conservador, constituyendo un obstaculo, en la aceptación de nueva tecnología.

El trabajo constante e intensivo hace que los agricultores se comporten de una manera individual e indiferente, aún dentro del mismo grupo.

La mayoría de ellos, venden los productos que cosechan, en el mismo mercado local; y algunas veces en sus propias parcelas, constituyendo una práctica muy común, vender el producto antes de ser cosechado.

4.3.2 INTERMEDIARIOS.

El grupo de intermediarios se tipifica por encontrarse formado por personas de la localidad encargándose de comprar

(3) Pinto Carlos Efraín, Encuesta Poblacional en Almolonga, Ejercicio Profesional supervisado Facultad de Agronomía, Universidad de San Carlos 1974.

productos hortícolas del municipio, distribuyéndolos tanto en mercados nacionales como extranjeros, por lo que constantemente salen de su región.

A continuación se presentan los lugares que frecuentan este grupo:

1. Guatemala
2. Salvador
3. Tapachula
4. Coatepeque
5. Retalhuleu
6. Mazatenango
7. Totonicapán
8. Huehuetenango
9. San Antonio Suchitepéquez
10. Pajapita
11. Momostenango
12. Samayac
13. Quezaltenango
14. El Palmar
15. La Mesilla
16. Salcajá
17. Tiquisate
18. Malacatán
19. Champerico
20. Colomba
21. San Francisco Zapotitlán
22. San Juan Ostuncalco
23. San Cristobal Totonicapán
24. San Francisco El Alto

En base a observaciones efectuadas, se pudo detectar que en las transacciones primarias, es el intermediario quien impone el precio a nivel de productor, lo cual significa que este grupo influye notablemente sobre los precios de las hortalizas, al momento de su recolección. Este dominio de los precios de parte de los intermediarios, se origina en la mayoría de veces, como consecuencia del financiamiento que este grupo proporciona al

de los productores, comprometiendo anticipadamente su cosecha.

Los intermediarios adquieren el producto en la plaza local y/o en la parcela de producción.

Algunos productores ~~cosechan~~ preparan el producto y lo venden directamente al intermediario, en la plaza local, o en el lugar de producción, práctica muy común en dicha zona y conocida como ventas "En Pié".

Las ventas en pié consisten en determinar un precio por la hortaliza, que se encuentra madura, o a punto de madurar.

Cuando compran de esta forma, los intermediarios son los encargados de cosechar, limpiar y empacar el producto.

El grupo de los intermediarios es bastante fuerte, y son denominados en el lugar: "Comerciantes".

Estas personas se caracterizan por ser bastantes hábiles dado su constante relación con otros comerciantes, así con consumidores de otros mercados y porque viajan constantemente fuera de la región.

Además la mayoría de estas personas no poseen tierras.

El horario que tienen para comprar el producto es de 6:00 a 11:00 horas, y lo adquieren un día antes del día principal de plaza del lugar del destino escogido para cada uno de ellos.

Por lo regular, después de efectuar las compras, acopian el producto con el objeto de empacarlo y cargarlo para su transporte.

La inversión varía de acuerdo con el mercado que se trate, así por ejemplo: el mercado de Guatemala acepta más ventas al por mayor que cualquiera de la costa sur. De esta manera, van con poco dinero a los mercados de la costa sur, el cual varía de Q.20.00 a Q.50.00 por viaje.

Entre los problemas principales que afrontan el grupo de los intermediarios son:

- El viaje lo efectúan en el mismo camión que llevan las hortalizas, colocándose en la parte superior de la carga. Esta situación origina que al momento de un accidente, se presenten daños personales.
- Riesgos en la comercialización de las hortalizas adquiridas.
- Abandono de sus hogares.
- Dificultades en el alojamiento en los lugares donde distribuyen producto como consecuencia de que sus ingresos no les permite cubrir un alojamiento mínimo adecuado.

Los intermediarios distribuyen hortalizas en los mercados señalados en la lista anterior y generalmente cada comerciante tiene ya determinado un solo mercado, ya que cuenta con un local (tramo) que previamente ha pagado y asignado por las administraciones de los mercados, utilizandolo durante los días principales de plaza.

4.3.3 PRODUCTORES-INTERMEDIARIOS.

El siguiente grupo poblacional viene a constituirlo la unión de los 2 grupos poblacionales antes mencionados.

La característica fundamental de estas personas como conglomerado de la población, es que un momento dado, actúan como productores, y en otro como intermediarios.

Los problemas de cada uno de los grupos descritos anteriormente que tienen en particular, son propios de este grupo.

Las personas que lo integran, por lo regular poseen tierras para cultivar, pero es insuficiente para satisfacer sus necesidades principales. Es por esta razón que se miran obligados a buscar

más fuentes de ingresos y vienen a conjugar las dos actividades principales que se dan en el municipio bajo estudio.

4.3.4 TRANSPORTISTAS.

Como consecuencia de la producción y comercialización de las hortalizas, se ha formado un nuevo grupo, el cual viene a estar constituido por todos los transportistas del lugar siendo la función de estas personas, transportar las hortalizas del lugar de producción a los distintos mercados de distribución.

El presente grupo se comenzó a formar desplazando paulatinamente a los transportistas de Quezaltenango hasta llegar a sustituirlo por transportistas originarios del propio municipio.

Se cuenta con 32 camiones, los cuales viajan diariamente, variando éstos, de acuerdo con los días de plaza que predominan en los distintos lugares de distribución.

4.3.5 CONTRATISTAS

Los contratistas son personas que arrendan en algunas oportunidades el transporte, responsabilizándose del pago por viaje a su propietario, quedándose con la diferencia de lo recibido, por cobro del transporte de la hortaliza y por concepto del pasaje de los intermediarios.

Este grupo es bastante reducido y para obtener un ingreso adicional, sobre el pago ya efectuado en concepto de alquiler, se encarga de conseguir al mayor número de intermediarios para trasladarlos a los diferentes mercados donde se distribuye el producto.

5. PRESENTACION DE RESULTADOS

5.1 PRODUCCION

Las condiciones de suelo, clima, agua, topografía, etc., han contribuído para que Almolonga sea un lugar donde la producción de hortalizas de clima frío se lleve a cabo con un sistema de cultivo intensivo y durante todo el año.

5.1.1 Tecnología aplicada

Por la tradición del lugar, el cultivo de las hortalizas ha hecho que los productores, vayan adquiriendo experiencia en su trabajo y al mismo tiempo aplicando técnicas heredadas por sus antecesores, por estas razones es que en Almolonga exista una tecnología propia del lugar.

Así también han adquirido nuevas técnicas de cultivo ya que en la actualidad, se toman algunas muestras de suelo, el uso de semilla certificada es muy común, así como también el uso de fertilizantes, fungicidas e insecticidas, lo cual ha desembocado en que el área se produzca una gran variedad de hortalizas y de buena calidad.

5.1.2 Preparación del terreno

La preparación del terreno, es una práctica fundamental en el cultivo hortícola; la mayor parte de agricultores aplican sus propias técnicas, antes de principiar cualquier tipo de cultivo, proceden a efectuar un picado de tierra, a una profundidad de 25 centímetros, así también incorporan al terreno cualquier tipo de residuos de cosecha, esto con el objeto de mejorar la estructura de los suelos. Hay que hacer notar que en la mencionada incorporación incluyen residuos de hortalizas o bien plantas con reconocidos síntomas de enfermedades, lo cual trae como consecuencia la no erradicación de las enfermedades en el lugar.

Otra práctica que todos llevan a cabo, es la incorporación de materia orgánica, pero en lugar de residuos de hortalizas,

incorporan hojas secas, las cuales las aplican por redes; así por ejemplo:

En una cuerda (25 x 25 varas) aplican un promedio de 85 redes por año, así como también incorporan de 10 a 15 redes de abono animal por cuerda y por año.

Finalmente después de haber realizado las incorporaciones antes mencionadas, efectúan una nivelación del terreno y queda en espera de la siembra o trasplante final.

5.1.3 Semilleros

De las hortalizas cultivadas en Almolonga algunas necesitan ser sembradas primero en semillero, para luego efectuar su trasplante definitivo, el cual se hará en las parcelas de cultivo. Se hace notar que casi ningún productor efectúa desinfección del suelo, donde va a ser plantado el semillero; esta situación trae como consecuencia que las plantas pequeñas estén enfermas aún antes de su trasplante.

Los semilleros por lo general están colocados en las casas de habitación de los agricultores o bien en un extremo de sus parcelas, donde esté cerca el agua, en cuanto a su fertilización, la lleva a cabo con abonos orgánicos y químicos, especialmente con fórmulas completas estos últimos.

5.1.4 Siembra Directa y trasplante

Dependiendo de la hortaliza de que se trate así será su siembra en particular, es en esta forma que hay de siembra directa y de trasplante; con respecto a la época de siembra o trasplante se lleva a cabo en forma escalonada y por lo tanto se efectúa todo el año, esto por las condiciones de riego y rotación de cultivos que existen y da como resultado que se efectúen hasta cuatro cosechas por año.

Generalmente se utiliza la siembra directa en todas aquellas hortalizas que su semilla es lo suficientemente grande

como para poderla manejar al momento de la siembra; así por ejemplo se tienen, rábano, remolacha, apio, etc.

La distancia de siembra varía de acuerdo al cultivo, pero generalmente en este lugar siembran la hortaliza con la mínima distancia entre plantas, únicamente tienen el cuidado de que la planta tenga espacio suficiente para su desarrollo normal.

Esta reducción de distancias la efectúan como consecuencia de la falta de terreno para sembrar y consideran que de esta manera, aprovechan al máximo el suelo cultivado.

El transplante es una práctica muy común para los agricultores y se lleva a cabo con todas aquellas hortalizas que tienen semilla muy pequeña, la cual no se puede tomar con las yemas de los dedos y colocarla independientemente en un agujero.

Tanto para el transplante como para la siembra directa utilizan un cordel, en el cual colocan las distancias a las cuales se deben colocar las semillas o las plantas en el terreno; dicho cordel es colocado a lo ancho del "tablón" (tablón = la mitad de una cuerda, 12.50 x 25.00 varas²), y lo mueven de un extremo a otro.

5.1.5 Labores culturales

Las principales labores culturales que se llevan a cabo en los cultivos del lugar son: escardas, deshierbos y aporques.

Con las escardas lo que hacen es romper la capa dura del suelo (lo que llaman en el lugar "costras"), con el objeto de tener más humedad y aireación en el terreno y que la hortaliza se desarrolle en mejor forma.

Los deshierbos, son muy importantes en los cultivos pues al quitar las malas hierbas evitan que éstas entren en competencia con las hortalizas en la absorción de nutrientes, humedad, luz solar, etc.

Los aporques los llevan a cabo con el objeto de cubrir las raíces y darle más sostén a la planta, principalmente en los cultivos donde lo utilizable es el tubérculo, como en el caso de la papa.

5.1.6 Cosecha

La cosecha de las distintas hortalizas se lleva a cabo durante todo el año por depender directamente de una siembra escalonada. Es una actividad donde interviene la mano de obra de todo el núcleo familiar y esporádicamente contratan mano de obra asalariada.

Generalmente los productos son cosechados un día anterior al día de mercado o bien el día mismo, esto con el objeto de hacer llegar al mercado hortalizas frescas, pues por tratarse de productos perecederos debe comercializarse en el menor tiempo posible y en esa forma lograr que llegue al consumidor hortalizas de mejor calidad.

5.2 COMERCIALIZACION

A pesar de ser Almolonga una comunidad donde la mayor parte de sus pobladores dependen directamente de la comercialización de las hortalizas, los que intervienen en el proceso de la misma no conceptúan los beneficios que pueden obtener, con llevarla a cabo en forma más eficiente; pues se realiza en un sistema tradicional, dando como resultado la obtención de menos margen de ganancia, principalmente a nivel productor.

5.2.1 Clasificación

La clasificación es una de las funciones principales de la comercialización, que permite establecer uniformidad en la calidad de los productos que se ofrecen; así mismo hay que tomar muy en cuenta las exigencias y gustos de los consumidores, pues, por ser ellos quienes van a pagar al final por su adquisición.

Entre los beneficios que persigue principalmente la clasificación se pueden citar:

Para productos perecederos, como en el caso particular de las hortalizas, evita en gran parte las pérdidas, pues se tendrá en un mismo lote producto de igual calidad.

Se establecen diferentes precios, para las distintas calidades de los productos y en esta forma se satisface mejor la demanda.

La compra-venta de productos facilitase grandemente pues se podrán efectuar transacciones comerciales, aún sin ver la hortaliza, únicamente se referirá en el contrato, si lo hubiera, la calidad en particular de la hortaliza que se trate.

Algunos de los agricultores de la comunidad agrupan las hortalizas, en partidas homogéneas atendiendo principalmente los factores de tamaño y grado de madurez de las mismas; esta clasificación la efectúan los productores en las parcelas de cultivo al momento de la cosecha.

La mayor parte de productores venden su producción sin efectuar ninguna clasificación para evitarse problemas en la venta de las hortalizas de menor calidad y esto trae como consecuencia que sea el intermediario el que efectúe la clasificación al momento de reempacar el producto para el traslado a los mercados de consumo.

5.2.2 Empaque

El empaque en el caso de las hortalizas de Almolonga juega un papel muy importante en el proceso de la comercialización, ya que este, proporciona al producto protección contra daños mecánicos en su manejo, tales como golpes, magulladuras, así como también la preserva de humedad, temperatura, etc., y en esta forma se evita que la hortaliza se desequie, derrame, etc.

El tipo de empaque utilizado en el lugar es variable incluso para un mismo producto y está determinado principalmente por el costo del mismo así como también por las facilidades o medios de transporte que dispone el agricultor para hacer llegar sus cosechas del campo a los centros de acopio; de esta manera se estableció que utilizan redes, canastos y costales.

En el centro de acopio, el producto es reempacado por los compradores (intermediarios) utilizando redes o canastos, pero recubiertos con hojas a veces del mismo producto u otros, con la finalidad de evitar daño por manejo que puede ocasionarse en el proceso de transportación a los centros de consumo.

Es importante hacer notar que aunque el tipo de empaque utilizado tanto por los productores, como por los intermediarios es bastante rudimentario, resulta ser funcional principalmente para el manejo del producto en sí a nivel productor, pues lo más práctico para estas personas, es el retorno de los materiales utilizados propiamente para el empaque porque son los propios productores los que tienen que regresar dichos empaques y a mano; pues las vías de acceso a las parcelas de cultivo, constituyen una limitante para el manejo de empaques más sofisticados, esto generalmente por el volúmen y peso que significaría.

El empaque de las hortalizas de Almolonga se puede dividir en tres etapas:

La primera se lleva a cabo a nivel de productor, en la parcela de cultivo, donde son empacadas las hortalizas al momento de su recolección, para trasladarlas a un centro de acopio o bien al mercado local. El empaque en esta primera etapa está dado por redes, canastos y costales, ver cuadro No. 3.

La segunda etapa es a nivel de intermediario y ésta se lleva a cabo al momento de reempacar las hortalizas para ser trasladadas a los centros de distribución.

El empaque utilizado es el mismo que el de los

productores pero con la única diferencia que les colocan hojas de las mismas hortalizas y algún pedazo de nylon, como materiales de protección.

En esta etapa se hace notar que el producto, sufre serios daños por los materiales utilizados como empaque, así se tiene que al momento de cargar los camiones están redes sobre redes, lo cual viene a constituir que la misma hortaliza es la que recibe todo el peso y sumado a esta situación, en el trayecto del viaje los dueños del producto (intermediarios) se colocan sobre la misma.

La tercera etapa es a nivel de minorista, los cuales tienen como función principal, la distribución del producto a los consumidores finales. En esta etapa se había venido utilizando empaques rudimentarios, los cuales estaban constituidos por las mismas hojas de las hortalizas, en algunos casos y por otro lado no se utilizaba empaque, pero se ha podido notar que la bolsa nylon ha tenido mucha aceptación a este nivel.

Es interesante hacer ver que en esta última etapa es cuando se puede observar, la calidad de la hortaliza ofrecida a los consumidores y precisamente aquí es cuando se observan los defectos que no son propios del producto, sino adquiridos posteriormente, pero que al final vienen a repercutir en dos situaciones.

- Baja considerable en su precio normal
- Producto rechazado por el consumidor

En este momento es cuando se llega a concluir que sale más económico, pagar por un empaque más apropiado que no poder comercializar gran parte de producto adquirido.

Esta situación se podrá observar en cualquiera de los centros de distribución, tanto en mercados de ciudad capital como en mercados de la costa sur.

El empaque es muy utilizado para el manejo de las hortalizas es la caja de madera, la cual se adapta a gran variedad de productos.

Entre algunas de sus ventajas que se pueden mencionar, se tienen:

Que el producto está libre de golpes, magulladuras, etc., su fácil manejo, su bajo costo, su poco peso, suficiente capacidad y principalmente menos pérdida de producto.

Pero entre sus mayores desventajas se contempla con el transporte de regreso de las cajas vacías, lo que no le gusta a ningún agricultor pagar dicho costo.

CUADRO No. 3

EMPAQUE Y SU UNIDAD DE MEDIDA UTILIZADOS EN LAS HORTALIZAS DE ALMOLONGA

HORTALIZA	EMPAQUE	CAPACIDAD
Acelga	Canasto con rede	100 manojos
Apio	Rede	100 docenas
Cebolla	Rede	1000 unidades
Coliflor	Rede	2 docenas
Lechuga	Rede	2 docenas
Papa	Costal	100 libras
Repollo	Rede	30 unidades
Zanahoria	Rede	25 docenas

FUENTE: Investigaciones del Autor.

5.2.3 Transporte

El transporte está considerado como una de las funciones básicas en el mercadeo de productos agrícolas; sin dicho elemento se vería imposibilitado el comercio de los productos; éste juega un papel fundamental en el proceso de comercialización de hortalizas, pues por ser productos altamente perecederos, es imprescindible su rápido movimiento del lugar de producción a los distintos mercados de distribución.

El flete por transporte del centro de producción hasta su distribución a los distintos lugares de venta, es absorbido específicamente por los intermediarios del lugar, dicho costo es pagado por bulto transportado y su peso oscila entre 125 y 150 libras, dependiendo de la hortaliza manejada; cada vehículo transporta un promedio de 50 a 60 bultos en total y al mismo tiempo transporta a los dueños del producto, cobrando independientemente por hortaliza y por personas, éstas son transportadas en la parte superior de la carga. Ver cuadro No. 4.

Generalmente el horario de carga se lleva a cabo en el transcurso de la tarde y en las primeras horas de la mañana, la salida depende regularmente de la distancia que se encuentra el lugar de venta, pues a los lugares que se encuentran retirados, salen con anticipación, previendo transitar en horas frescas para conservar el buen estado del producto.

En el proceso de carga intervienen los dueños del producto (intermediarios) y personal relacionado con el transporte; este aspecto es muy importante por cuanto se podría ganar eficiencia con respecto al estibado de hortalizas, pero por falta de un empaque apropiado, la relación empaque-estibado no es muy alta, lo que viene a redundar no solo en el aspecto anterior, sino en el deterioro del producto, pues un mal manejo del mismo en el proceso de carga, viene a repercutir en su calidad y por ende en su precio final.

Es importante hacer ver que para productos altamente perecederos, como hortalizas, el transporte tiene que tener una

atención especial, pues hay unos recorridos bastante largos, donde sería recomendable la utilización de transporte específico, con control de temperatura para la carga a transportar.

El transporte en el manejo de las hortalizas se puede distribuir, en interno, dentro del Valle de Almolonga y por lo general es efectuado a pie y algunas veces en animales de carga.

El transporte del lugar de producción a los centros de distribución se lleva a cabo en camiones y finalmente el transporte del mercado Terminal hacia otros mercados de la capital, se realiza en Pick-up, carreta con tracción animal o humana.

5.2.4 Compra-venta

El hecho de comprar y vender hace que sea posible la actividad de mercadeo o comercialización y parte, del cambio del derecho de propiedad, en este caso, el intercambio de hortaliza por el bien dinero, en un lugar y en un tiempo determinado.

Uno de los factores que más aducen los intermediarios en su trabajo realizado en los distintos lugares de distribución, son los riesgos que tienen que afrontar con la compra del producto; se considera que dicha actividad queda remunerada con la actividad de la compra-venta; en otras palabras el hecho de aceptar un riesgo, se justifica con la ganancia obtenida.

La valorización del producto se hace con una inspección total, debido a la heterogeneidad del producto, y estando presentes generalmente el productor y el intermediario, aunque algunas veces lo valoriza primero el comerciante y queda el productor en la alternativa de la aceptación del precio, es muy usual que los productores valoricen su producto muy alto y los comerciantes lo hagan muy bajo, generalmente por esta situación existe un regateo por ambas partes, con lo cual, generalmente es el productor el que cede de un 15 a 20o/o de la valorización final.

CUADRO No. 4

COSTOS DE TRANSPORTE Y DIAS PRINCIPALES DE SALIDA DE LAS HORTALIZAS DE
ALMOLONGA, HACIA LOS PRINCIPALES LUGARES DE DISTRIBUCION. ALMOLONGA,
QUEZALTENANGO, 1974

LUGARES DE DISTRIBUCION	FLETE Q/BULTO	PASAJE Q/PERSONA	DIAS DE SALIDA
Almolonga-Guatemala	0.75	1.50	L-M-M-J-V-S-D-
Almolonga-Tapachula (Mexico)	0.50	1.00	Ma-V
Almolonga-Salvador	1.00	1.50	L-M-M-J-V-S-D
Almolonga-Retalhuleu	0.35	0.50	Mi-S
Almolonga-Mazatenango (S)	0.35	0.50	Mi-S
Almolonga-Quezaltenango	0.10	0.15	L-M-M-J-V-S-D
Almolonga-Coatepeque (Q)	0.35	0.50	S
Almolonga-Tiquizate (E)	0.50	0.75	Ma-V-S
Almolonga-Malacatan (S.M)	0.40	0.50	V
Almolonga-Champerico (R)	0.60	0.75	S
Almolonga-Colomba (Q)	0.50	0.50	S
Almolonga-San Antonio Suchitepequez (S)	0.35	0.50	S
Almolonga-San Francisco Zapotitlán (S)	0.35	0.50	S
Almolonga-Cuyotenango (S)	0.35	0.50	S
Almolonga-San Pedro Sacatepequez (S.M)	0.35	0.50	Mi
Almolonga-Pajapita (S.M)	0.50	0.50	S
Almolonga-Momostenango (T)	0.50	0.40	S
Almolonga-San Juan Ostuncalco (Q)	0.25	0.25	D
Almolonga-El Palmar (Q)	0.40	0.50	S
Almolonga-San Francisco El Alto (T)	0.30	0.30	V
Almolonga-Huehuetenango	0.50	0.75	S
Almolonga-Totonicapán	0.30	0.30	S

FUENTE:
Investigaciones del Autor.

El proceso de compra-venta se efectúa bajo dos sistemas:

- Productos cosechados.
- Productos sin cosechar o en pie.

Los productos cosechados son llevados por los agricultores al mercado local en donde la fijación del precio se basa específicamente, atendiendo los factores de calidad, enumerados en su capítulo anterior, así como también a la situación oferta demanda existentes en los centros de consumo.

El pago de los productos se realiza en el momento de la transacción y en efectivo, siendo usual el sistema de adelanto de dinero por parte de los intermediarios, con el objeto de garantizarse de antemano la adquisición del producto.

Los productos sin cosechar o en pie, como le denominan en la comunidad, son aquellos, que venden los agricultores aun sembrados en las parcelas de cultivo; en este tipo de transacción son los intermediarios los que se encargan de la labor de cosecha y del transporte de la parcela al lugar de acopio.

El procedimiento en sí de la compra-venta es igual que el descrito anteriormente para la compra de los productos cosechados.

5.2.5 Canales de Comercialización

Por estudios realizados a nivel de campo, se determinaron canales de comercialización de las hortalizas de Almolonga, que en la gráfica se detallan, y para mayor claridad, se describen sus componentes.

El canal comienza con el productor; este vende su producto en el propio lugar y generalmente a los intermediarios o comerciantes de la localidad, a intermediarios centroamericanos o de la ciudad capital, también vende el producto directamente al consumidor final, pero en un porcentaje muy bajo y cuando se da esta situación por lo regular es la esposa quien se encarga de la

comercialización en la plaza municipal del lugar.

El intermediario o comerciante local es una persona que juega un papel muy importante en la comercialización; comercializa el producto directamente al consumidor final en todos los mercados de venta de la costa sur; y en el mercado Terminal de la ciudad capital, vende a los intermediarios centroamericanos y a los de la ciudad capital, así mismo comercializa. Las hortalizas con los mayoristas y minoristas de otros mercados, en la capital y demás lugares de venta en la costa sur, y finalmente entra en relación directa con los consumidores finales, en los distintos mercados de distribución.

Los intermediarios centroamericanos y de la ciudad capital, compran el producto en Almolonga o bien en el mercado mayorista de la Terminal, a su vez, los primeros adquieren el producto algunas veces de los intermediarios de la capital, y éstos últimos lo venden finalmente a los mayoristas y minoristas de otros mercados de la ciudad capital.

Los mayoristas de otros mercados de la ciudad capital y costa sur, tienen el trabajo de distribuirlo al consumidor y a los minoristas en general.

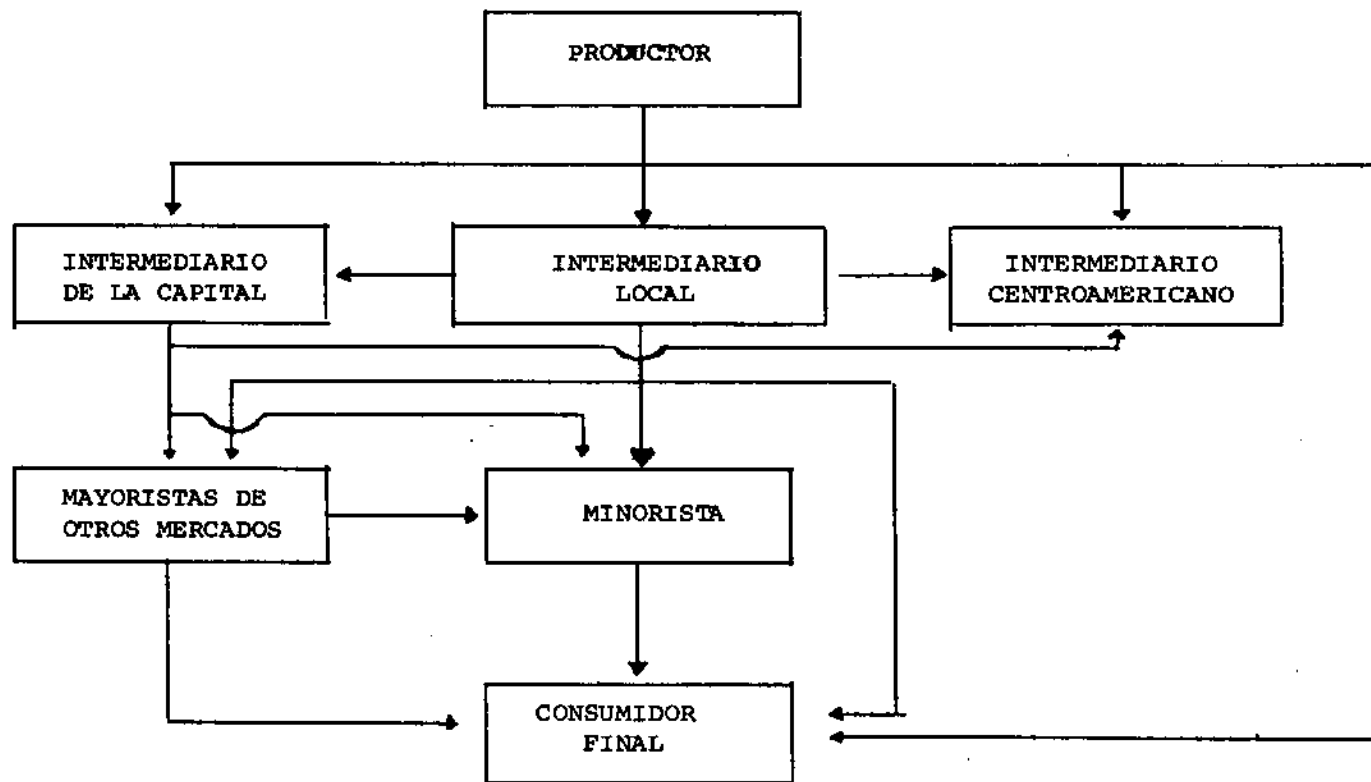
Los minoristas reciben el producto de los mayoristas y de cualquiera de los intermediarios, excluyendo a los centroamericanos, ya que los minoristas son los que distribuyen el producto al por menor en todos los lugares de venta donde se comercializan las hortalizas, llegando finalmente al consumidor.

5.2.6 Precios

Ante la carencia de series históricas de precios del Municipio de Almolonga, no fue posible efectuar un análisis de tendencia y estacionalidad de las mismas, limitándose éste a establecer los márgenes brutos de los precios, al por mayor y en algunos casos al por menor, entre los mercados de Guatemala, Mazatenango y Retalhuleu con relación a los observados en el área bajo estudio.

CUADRO No. 5

CANAL DE COMERCIALIZACION DE LAS HORTALIZAS DE ALMOLONGA



La serie de precios recopilada en dicha zona productora se circunscribe al tiempo que duró la investigación de campo, es decir, los meses de mayo y junio.

Si bien es cierto que en la actualidad se cuenta con series históricas de precios promedio mensuales, durante 10 años, éstos únicamente están referidos al mercado mayorista de la Terminal en la ciudad capital, por lo que el análisis sobre márgenes se estimaron sobre los meses de mayo y junio. A continuación se analizan las diferencias de precios de los principales productos de la región con respecto a los recopilados en los mercados de Guatemala, Mazatenango y Retalhuleu.

5.2.6.1 Acelga

En el cuadro No. 6 y gráfica No. 1, se presenta la relación de precios entre los obtenidos en Almolonga y en los principales mercados de distribución, llegándose a establecer que con respecto al mercado de Guatemala, la comercialización de la acelga arroja pérdidas en algunos casos para el intermediario, no así en los mercados de Mazatenango y Retalhuleu, en donde es evidente la utilidad bruta.

La diferencia promedio entre los precios de Almolonga y los obtenidos en el mercado de Guatemala, Mazatenango y Retalhuleu son de: 0, Q.1.92 y Q.2.52, respectivamente. Ver cuadro No. 14

5.2.6.2 Apio

La relación de precios entre los mercados ya mencionados, el apio presenta características un tanto diferentes que las de la acelga, estableciéndose que también con respecto a Guatemala el intermediario, en determinados días del período de mayor a junio, sus precios de venta en el mercado de la Terminal son menores que los precios que paga en las zonas de producción.

Esta situación al igual que la presentada con la acelga, se debe que en el mercado la Terminal, en la ciudad capital, se concentra la oferta provenientes de diferentes zonas de

producción del país, originando en algunos casos precios más bajos que en las zonas de producción.

Los comerciantes mayoristas si bien es cierto que en algunos productos arrojan pérdidas distribuyéndolos en la ciudad capital, estos se neutralizan, mediante la venta de otras hortalizas con márgenes positivos, ya que es frecuente observar que estos intermediarios manejan una variedad de productos.

En cuanto a la relación existente con los precios observados en el mercado de Mazatenango y Retalhuleu, la diferencia en el período bajo estudio, es positiva, sin embargo las diferencias entre éstos mercados, es inversa, ya que cuando se canaliza mayor volumen hacia uno de ellos, el otro se ve desabastecido lo que origina, precios menores en uno y mayores en otro, siendo por lo tanto las diferencias con respecto a la zona de producción, menores en el mercado donde se canalizan mayores volúmenes, mayor la diferencia en el mercado donde la oferta es menor.

En la gráfica No. 2 puede observarse dicho fenómeno, reflejando claramente esta situación, la falta de un servicio adecuado, de precios y noticias de mercado que oriente al sector intermediario y establezca un nivel adecuado de distribución entre los dos mercados a efecto de evitar variaciones pronunciadas de los precios.

Las diferencias promedio entre dichos mercados son para Guatemala Q. 0.02, Retalhuleu Q. + 0.29 y Mazatenango Q. + 0.39. (Ver cuadro No. 14).

5.2.6.3 Cebolla

La cebolla es un producto que durante el período bajo estudio reporta diferencias positivas en las utilidades en los mercados seleccionados, y no obstante que se presentan casos en que sus utilidades son negativas en los mercados de Mazatenango y Guatemala, las diferencias promedio se caracterizan por ser positivas siendo estas del orden de Q. + 1.32 para Guatemala, Q. + 3.27 para retalhuleu y Q. + 3.00 para Mazatenango. Ver

cuadro No. 14

Una de las características que presenta es que cuando el mercado de la capital es sobre-abastecido los precios en los mercados de Mazatenango y Retalhuleu, se ven elevados y consecuentemente las diferencias con respecto a la zona de producción son mayores, denotando claramente que entre estos mercados se evidencia cierto grado de competencia.

Se puede observar que se obtuvieron precios máximos en el lapso de tiempo en estudio de Q.13.00 para Guatemala, Q. 12.00 para Retalhuleu y Q. 18.00 para Mazatenango. Ver cuadro No. 8.

5.2.6.4 Coliflor

El comportamiento de precios y sus diferencias en cuanto a las zonas de producción son similares a las de la cebolla presentándose características competitivas en cuanto a mercado se refiere siendo mas notorio en este producto dicho fenómeno. Ver gráfica No. 4.

Las diferencias entre los precios de la ciudad capital, Retalhuleu y Mazatenango son: Q. + 0.78, Q. + 1.03 y Q. + 1.04 respectivamente. Ver cuadro No. 14.

Correspondiendo la mayor diferencia al mercado de Retalhuleu con Q. 2.10 y la menor en el mercado de Guatemala, con Q. 1.95, véase cuadro No. 9.

5.2.6.5 Lechuga

La lechuga presenta características similares a los dos productos precedentes, con la diferencia de que la presencia de diferencias negativas es casi insignificante.

Las diferencias entre mercados de Guatemala y Almolonga ascienden en promedio a Q. 0.45, para Retalhuleu Q. 0.39 y para Mazatenango Q. 0.30 vease cuadro No. 14

El precio mayor se obtuvo en el mercado terminal en la ciudad capital y fue de Q. 1.25 por docena. Véase Gráfica No. 5.

5.2.6.6 Papa

La distribución de papa en los mercados ya citados, a diferencia de los productos analizados, se nota claramente que ofrece al intermediario diferencias positivas, debiéndose a que este producto es menos perecedero que el resto de hortalizas bajo estudio.

El comportamiento de precios durante los meses de mayo y junio en los mercados de Retalhuleu y Mazatenango, se caracterizan por ser similares, y dado el período tan corto de la serie histórica es muy arriesgado obtener conclusiones, respecto si dicho comportamiento se mantiene similar durante el resto del año.

En cuanto a sus diferencias, son estas para el mercado de Guatemala Q. 1.04, Retalhuleu Q. 2.44 y Mazatenango Q. 2.30. Véase cuadro No. 14.

El precio máximo fue de Q. 10.00 por quintal y fue pagado en los tres mercados en estudio; mientras que el precio mínimo se obtuvo en el mercado Terminal de la ciudad capital.

5.2.6.7 Repollo

El comportamiento de las diferencias de precios del repollo, véase cuadro No. 14, en cuanto al mercado de Guatemala se refiere, lo frecuente es que éstas se caracterizan por ser negativas, siendo en promedio de Q. -0.24 por docena, siendo la diferencia mayor de Q. -0.80, contra una mínima de Q. 0.15.

En el mercado de Retalhuleu y Mazatenango, las diferencias actúan en el mismo sentido, siendo en promedio ambas positivas; en cuanto al mercado de Guatemala, los precios son bajos, la mayor parte del período. Véase cuadro No. 7.

5.2.6.8 Zanahoria

La zanahoria es uno de los productos que presentan las menores diferencias en los mercados mencionados—correspondiéndole a Guatemala una diferencia en precios por cada docena distribuída de Q. -0.01, para Retalhuleu Q. + 0.13 y para Mazatenango Q. + 0.09. Véase cuadro No. 14.

Como podrá analizarse en el cuadro No. 13 es la zanahoria que en términos generales acusa los mejores márgenes entre los precios de Almolonga y los restantes mercados. Además la trayectoria de las mismas en los mercados de la costa sur es en el mismo sentido.

Y los mayores precios fueron pagados en el mercado de Retalhuleu, mientras que los mínimos fueron pagados en el mercado de Guatemala. Véase gráfica No. 8.

5.3 IDENTIFICACION DE LAS ALTERNATIVAS DE VENTA

Para la identificación de las alternativas de venta fue necesario la realización de la encuesta antes mencionada en esta forma se identificaron las alternativas que tienen para ofrecer su producto, los dos principales grupos.

- Productores
- Intermediarios

Los productores venden sus hortalizas específicamente en el lugar de producción (Almolonga) generalmente en dos formas:

- Venta de productos cosechados
- Venta de productos en pie

En el caso de los productos cosechados los agricultores colocan las hortalizas, para su comercialización en el mercado municipal.

La venta en pie se realiza en el campo, pues el producto aún se encuentra sembrado en las parcelas de cultivo.

Es importante hacer notar que los productores en cualquiera de los sistemas, únicamente venderá el producto al por mayor, por ser el sistema como compran las hortalizas los intermediarios.

En el cuadro No. 15 se podrán analizar las ventajas y las desventajas de las dos formas de venta anteriormente mencionadas.

CUADRO No. 15
ALTERNATIVAS DE VENTA DE LAS HORTALIZAS DE LOS PRODUCTORES DE ALMOLONGA

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Venta de Hortalizas Cosecha-	<p>Entra en juego la libre competencia de la oferta y la demanda</p> <p>Reciben el valor del producto, en efectivo y al momento de efectuar la transacción.</p>	<p>La venta de las hortalizas se realiza, en la plaza local bajo condiciones inapropiadas (lluvia, sol, polvo, lodo, etc.), las cuales hacen que el producto no tenga la misma vista y que los productores trabajen en malas condiciones.</p>
Venta de hortalizas en pie	<p>El productor se ahorra el costo de mano de obra, empaque y transporte de las hortalizas.</p> <p>Utilización del tiempo que emplearía en dichas actividades, en otras que le representen ingreso económico.</p>	<p>Ofrecen los intermediarios mucho menos valor real que tiene el cultivo, aduciendo, que le falta cosecha, lavado, empaque y transporte.</p> <p>Generalmente cuando se efectúa esta venta, es porque el productor está falto de recursos, situación que la saben aprovechar los intermediarios.</p>

CUADRO No. 6

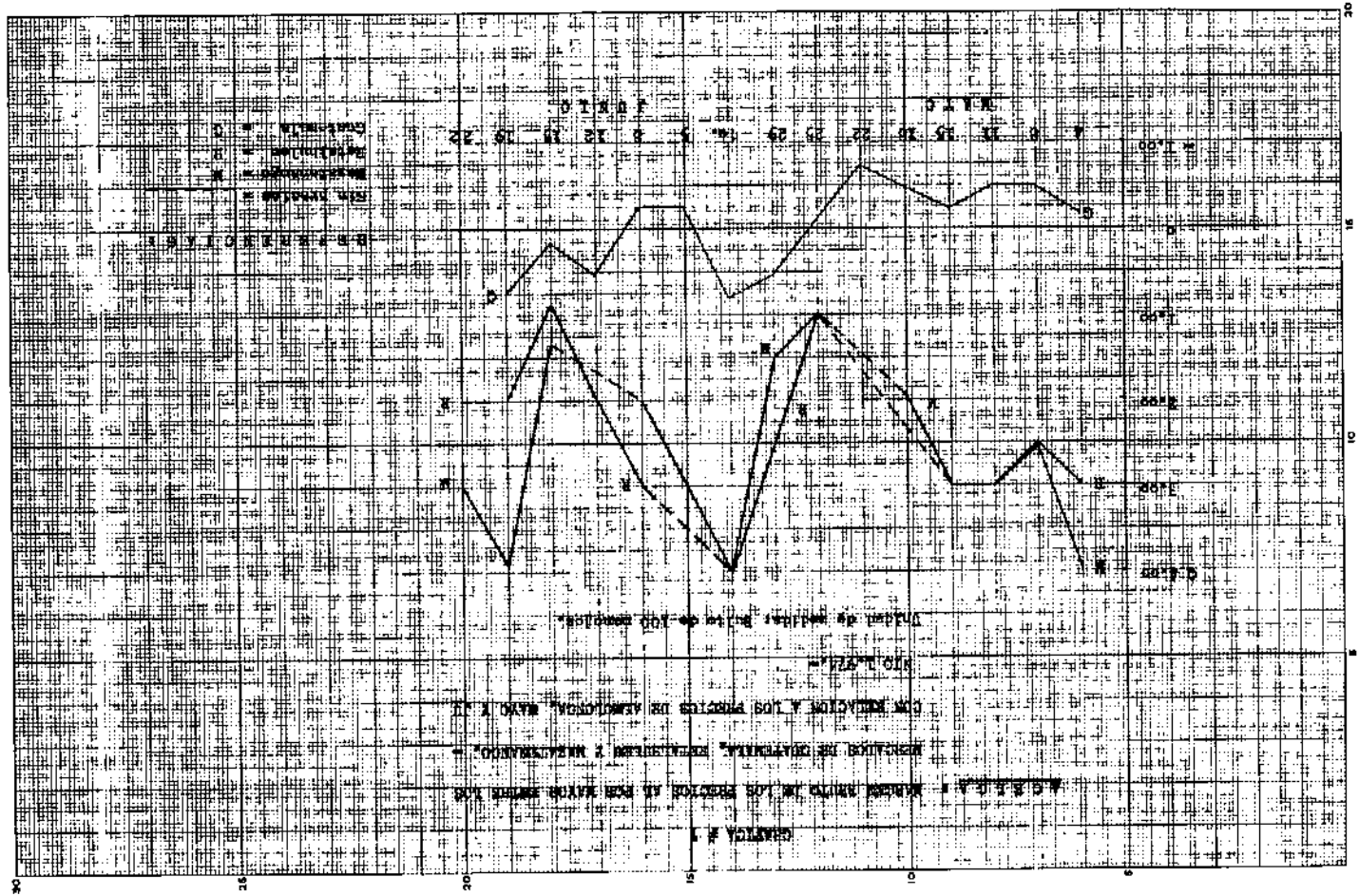
COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
GUATEMALA, RETALHULEU Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO Y JUNIO 1974

Producto: Acelga (Bet vulgaris var. cicla)
Unidad de Medida: - Al por mayor: Bulto de 100 manojos
- Al por menor: Manojos.

FECHA 1974	PRECIO/BULTO ALMOLONGA	PRECIO/BULTO * GUATEMALA	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/BULTO RETALHULEU	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/BULTO MAZATENANGO	DIFERENCIA DE PRECIOS
4-V	2.00	1.80	- 0.20	5.00	+ 3.00	6.00	+ 4.00
8-V	2.50	2.00	- 0.50	5.00	+ 2.50	5.00	+ 2.50
11-V	2.00	1.50	- 0.50	5.00	+ 3.00	5.00	+ 3.00
15-V	2.00	1.75	- 0.25	5.00	+ 3.00	5.00	+ 3.00
18-V	2.00	2.00	0.00	2.00	0.00	4.00	+ 2.00
22-V	3.00	2.25	- 0.75	3.00	0.00	3.00	0.00
25-V	2.00	2.00	0.00	3.00	+ 1.00	3.00	+ 1.00
29-V	1.50	2.00	+ 0.50	4.00	+ 2.50	3.00	+ 1.50
10-VI	1.00	1.80	+ 0.80	5.00	+ 4.00	5.00	+ 4.00
5-VI	2.00	1.75	- 0.25	2.00	0.00	5.00	+ 3.00
8-VI	2.00	1.75	- 0.25	5.00	+ 3.00	4.00	+ 2.00
12-VI	1.00	1.50	+ 0.50	3.00	+ 2.00	0.00	0.00
15-VI	1.65	1.70	+ 0.15	2.50	+ 0.85	3.00	+ 1.35
19-VI	1.00	1.75	+ 0.75	3.00	+ 2.00	5.00	+ 4.00
22-VI	2.00	2.00	0.00	4.00	+ 2.00	5.00	+ 3.00
X	1.84	1.84		3.76		4.36	

FUENTE: Investigaciones del Autor.

* Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, INDECA.



CUADRO No. 7

COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
GUATEMALA, RETALHULEU Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO Y JUNIO 1974.

Producto: Apio (*Apium graveolens*)
 Unidad de Medida: - Al por mayor: bulto de 100 docenas
 - Al por menor: por docena
 (Tamaño: grande).

FECHA 1974	PRECIO/DOC. ALMOLONGA	PRECIO/DOC. * GUATEMALA	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/DOC. RETALHULEU	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/DOC MAZATENANGO	DIFERENCIA DE PRECIOS
4-V	0.24	0.08	- 0.16	0.60	+ 0.36	0.24	0.00
8-V	0.25	0.00	0.00	0.60	+ 0.35	1.80	+ 1.55
11-V	0.24	0.00	0.00	0.60	+ 0.36	0.60	+ 0.36
15-V	0.24	0.09	- 0.15	0.36	+ 0.12	0.60	+ 0.36
18-V	0.08	0.16	+ 0.08	0.24	+ 0.16	0.60	+ 0.52
22-V	0.10	0.16	+ 0.06	0.36	+ 0.26	0.36	+ 0.26
25-V	0.10	0.15	+ 0.05	0.24	+ 0.14	0.60	+ 0.50
29-V	0.08	0.00	0.00	0.36	+ 0.28	0.36	+ 0.28
1o.VI	0.10	0.00	0.00	0.60	+ 0.50	0.36	+ 0.26
5-VI	0.06	0.08	+ 0.02	0.24	+ 0.18	0.36	+ 0.30
8-VI	0.10	0.09	- 0.01	0.48	+ 0.38	0.36	+ 0.26
12-VI	0.10	0.08	- 0.02	0.00	0.00	0.60	+ 0.50
15-VI	0.10	0.09	- 0.01	0.60	+ 0.50	0.36	+ 0.26
19-VI	0.10	0.09	- 0.01	0.36	+ 0.26	0.24	+ 0.14
22-VI	0.10	0.00	0.00	0.36	+ 0.26	0.36	+ 0.26
\bar{x}	0.13	0.11		0.42		0.52	

FUENTE: Investigaciones del Autor.

*Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, INDECA.

GRAFICA # 2

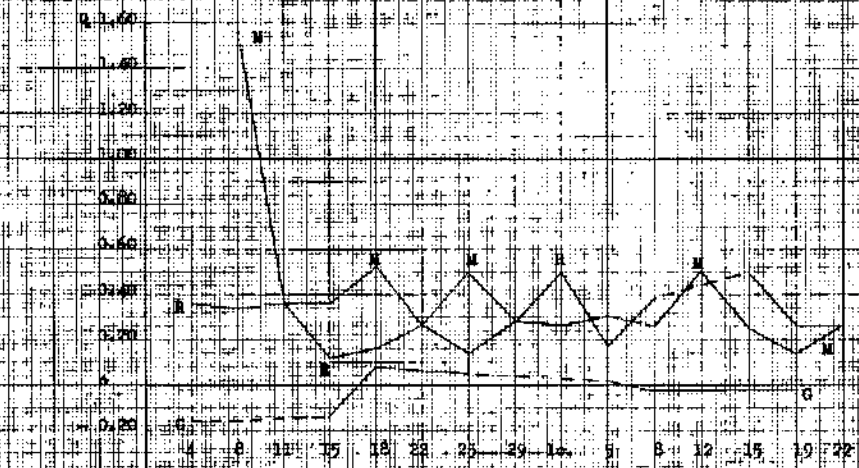
A.P.I.C. MARGEN BRUTO DE LOS PRECISAL POR MEDIO INTERE LOS

MECANOS DE GUATEMALA, RETAHULLO Y MARATEVIAQOC.

CON RELACION A LOS PRECIOS DE ALUMONIA, MAIZ Y

JUNIO 1974.

Unidad de medida: Dólar.



Guatemala
Retahullo
Sin precio

CUADRO No. 8

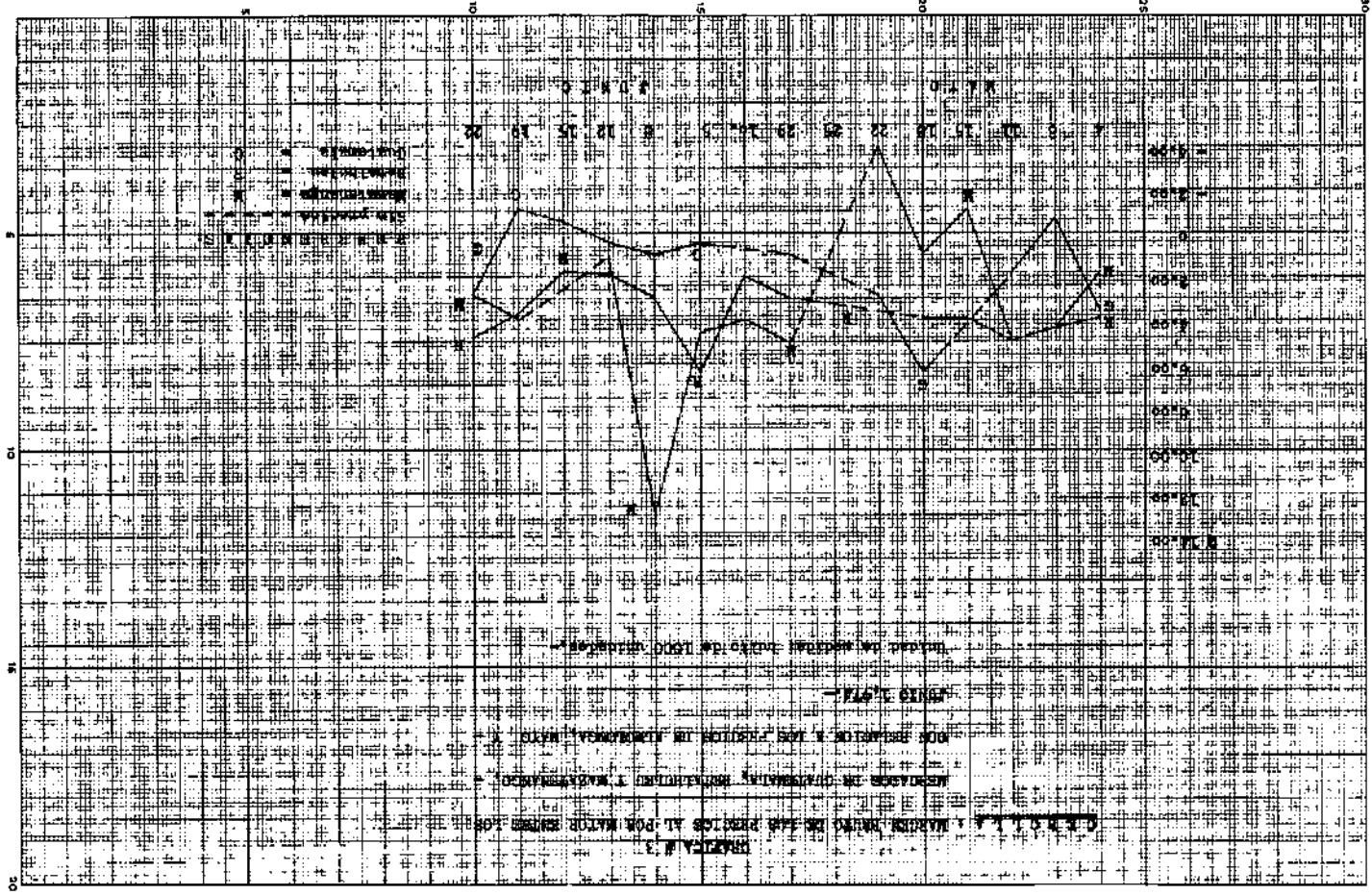
COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
GUATEMALA, RETALHULEU Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO Y JUNIO 1974

Producto: Cebolla (*Allium cepa*)
 Unidad de Medida: - Al por mayor: millar (bulto=1,000 unidades=millar)
 - Al por menor: manojo de 10 unidades
 (tamaño: mediano).

FECHA 1974	PRECIO/MILLAR ALMOLONGA	PRECIO/MILLAR * GUATEMALA	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/MILLAR RETALHULEU	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/MILLAR MAZATENANGO	DIFERENCIA DE PRECIOS
4-V	6.00	9.75	+ 3.75	10.00	+ 4.00	8.00	+ 2.00
8-V	5.50	5.00	- 0.50	10.00	+ 4.50	10.00	+ 4.50
11-V	5.00	7.00	+ 2.00	10.00	+ 5.00	10.00	+ 5.00
15-V	6.00	0.00	0.00	10.00	+ 4.00	5.00	- 1.00
18-V	4.00	10.50	+ 6.50	8.00	+ 4.00	5.00	+ 1.00
22-V	10.00	13.00	+ 3.00	10.00	0.00	6.00	- 4.00
25-V	8.00	0.00	0.00	8.00	0.00	8.00	0.00
29-V	5.00	6.00	+ 1.00	8.00	+ 3.00	10.00	+ 5.00
10-VI	6.00	6.00	0.00	8.00	+ 2.00	10.00	+ 4.00
5-VI	5.50	6.00	+ 0.50	12.00	+ 6.50	10.00	+ 4.50
8-VI	5.00	6.00	+ 1.00	8.00	+ 3.00	18.00	+13.00
12-VI	6.00	6.50	+ 0.50	8.00	+ 2.00	7.00	+ 1.00
15-VI	6.00	5.50	- 0.50	8.00	+ 2.00	0.00	0.00
19-VI	6.00	5.00	- 1.00	10.00	+ 4.00	10.00	+ 4.00
22-VI	5.00	8.00	+ 3.00	10.00	+ 5.00	8.00	+ 3.00
\bar{X}	5.93	7.25		9.20		8.93	

FUENTE: Investigaciones del Autor.

*Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola INDECA.



CUADRO No. 9

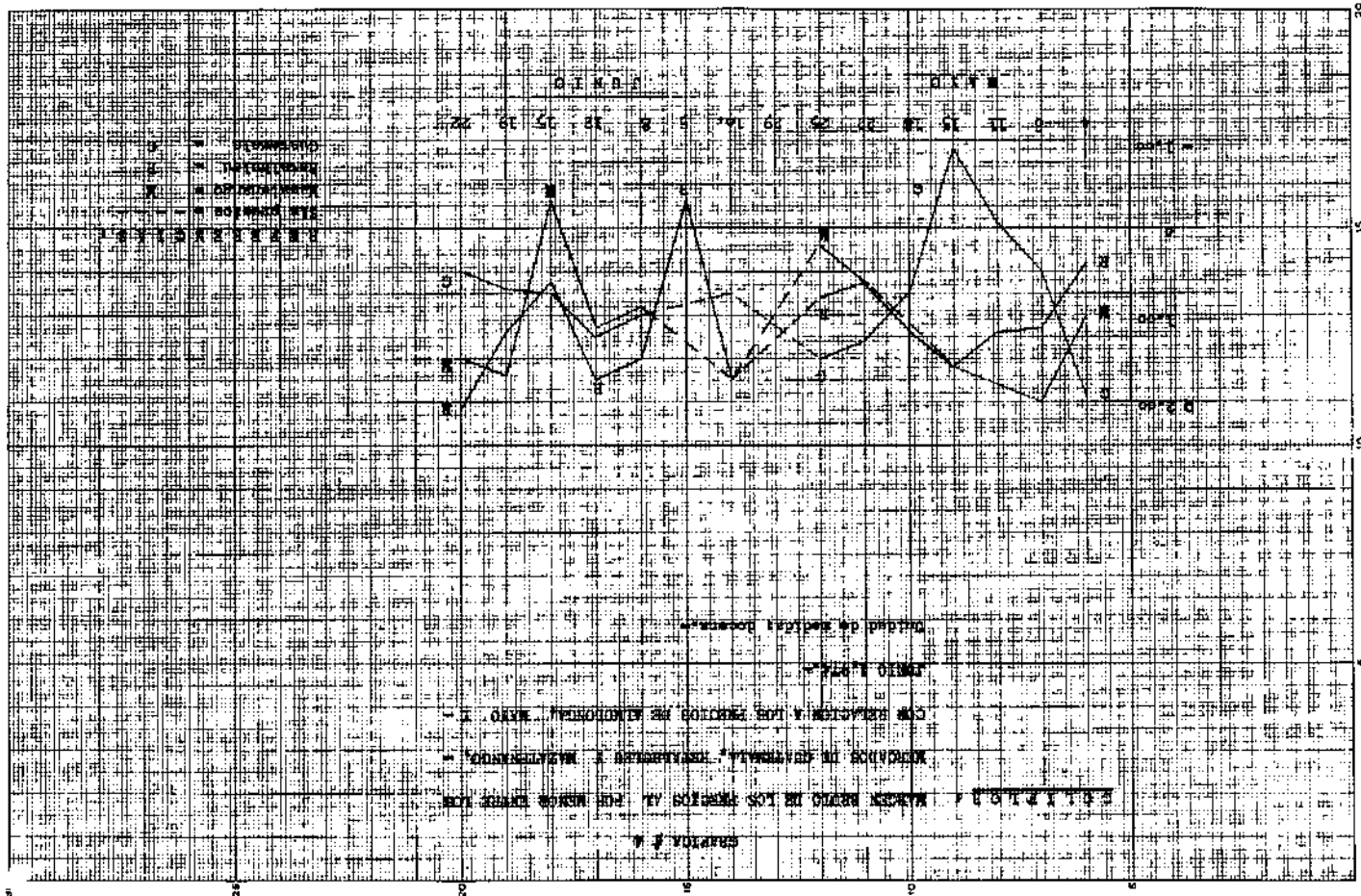
COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
GUATEMALA, RETALHULEU Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO Y JUNIO 1974.

Producto: Coliflor (Brassica oleracea var. botrytis)
Unidad de Medida:- Al por mayor: rede de 2 docenas
(tamaño mediano)

FECHA 1974	Precio/Doc. Almolonga	Precio/Doc. *Guatemala	Diferencia de precios	Precio/Doc. Retalhuleu	Diferencia de precios	Precio/Doc. Mazatenango	Diferencia de precios
4-V	0.80	2.75	+ 1.95	1.20	+ 0.40	1.80	+ 1.00
8-V	1.00	1.50	+ 0.50	2.16	+ 1.16	3.00	+ 2.00
11-V	1.80	1.75	- 0.05	3.00	+ 1.20	3.60	+ 1.80
15-V	0.80	1.70	- 0.90	2.40	+ 1.60	2.40	+ 1.60
18-V	1.25	2.00	+ 0.75	2.40	+ 1.15
22-V	1.20	2.50	+ 1.30	1.80	+ 0.60	1.80	+ 0.60
25-V	1.00	2.50	+ 1.50	1.80	+ 0.80	1.20	+ 0.20
29-V	3.00	3.00
10-VI	1.25	2.00	+ 0.75	3.00	+ 1.75	3.00	+ 1.75
5-VI	1.50	1.20	- 0.30
8-VI	1.50	2.50	+ 1.00	3.00	+ 1.50	2.40	+ 0.90
12-VI	1.25	2.50	+ 1.25	3.00	+ 1.75	2.40	+ 1.15
15-VI	1.75	2.50	+ 0.75	2.40	+ 0.65	1.44	- 0.31
19-VI	1.80	2.50	+ 0.70	3.00	+ 1.20	3.60	+ 1.80
22-VI	1.50	2.00	+ 0.50	3.60	+ 2.10	3.00	+ 1.50
X	1.43	2.21		2.46		2.47	

FUENTE: Investigaciones del Autor.

* Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, INDECA.



CUADRO No. 10

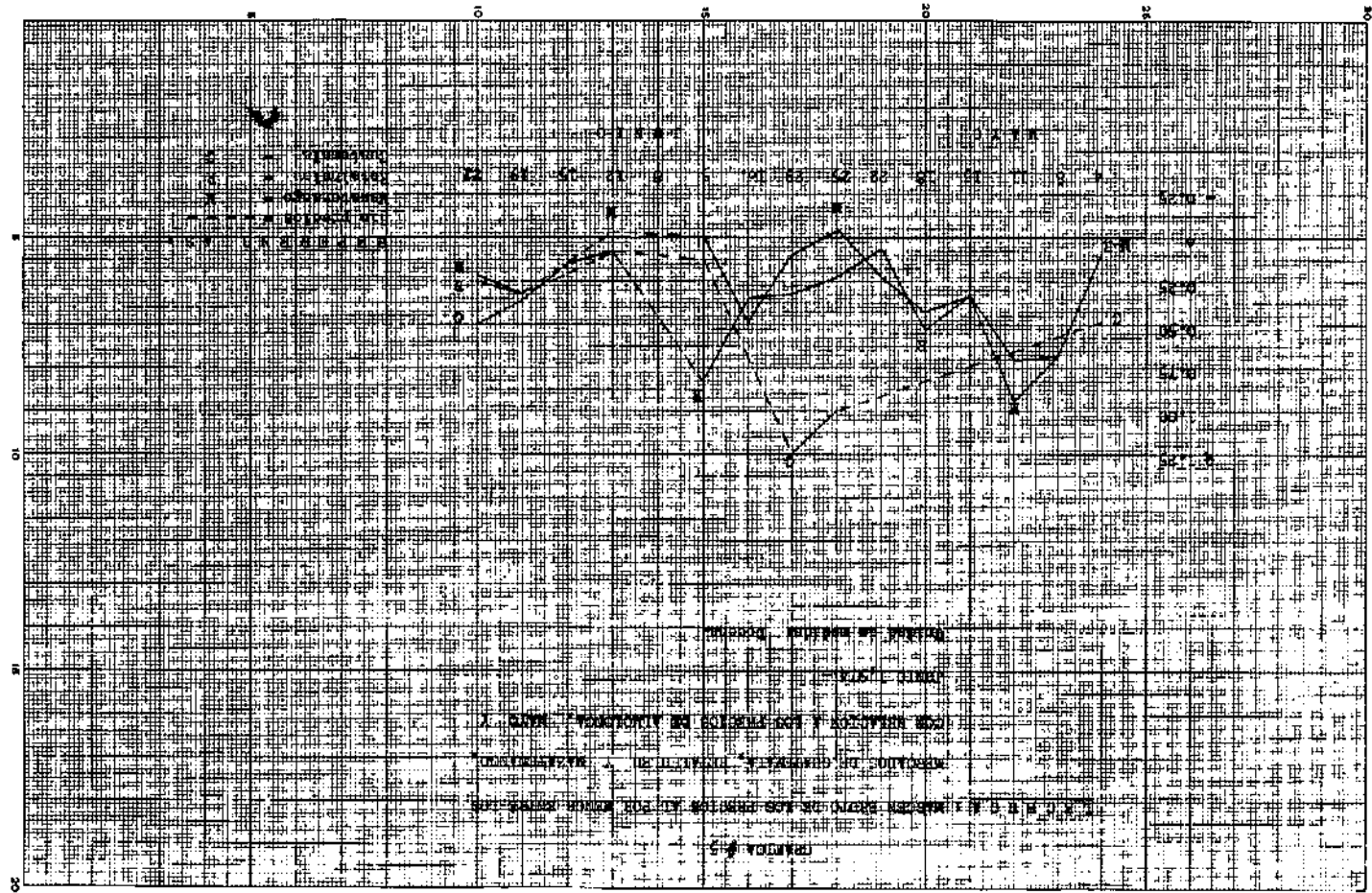
COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
GUATEMALA, RETALHULEU Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO Y JUNIO 1974

Producto: Lechuga (Lactuca sativa)
Unidad de Medida:- Al por mayor: bulto de 2 docenas
(Tamaño: Mediana).

Fecha 1974	Precio/Doc. Almolonga	Precio/Doc. * Guatemala	Diferencia de precios	Precio/Doc. Retalhuleu	Diferencia de precios	Precio/Doc. Mazatenango	Diferencia de precios
4-V	0.50	1.00	+ 0.50	0.60	+ 0.10	0.60	+ 0.10
8-V	0.50	1.20	+ 0.70	1.20	+ 0.70
11-V	0.24	0.96	+ 0.72	1.20	+ 0.96
15-V	0.60	0.96	+ 0.36	0.96	+ 0.36
18-V	0.40	0.96	+ 0.56	0.84	+ 0.44
22-V	0.36	0.48	+ 0.12	0.60	+ 0.24
25-V	0.50	1.50	+ 1.00	0.72	+ 0.22	0.48	- 0.02
29-V	0.50	1.75	+ 1.25	0.84	+ 0.34	0.60	+ 0.10
10-VI	0.35	0.72	+ 0.37	0.84	+ 0.49
5-VI	0.35	0.50	+ 0.15	1.20	+ 0.85	0.36	+ 0.01
8-VI	0.45	0.72	0.60
12-VI	0.50	0.60	+ 0.10	0.60	+ 0.10	0.48	- 0.02
15-VI	0.35	0.50	+ 0.15
19-VI	0.25	0.62	+ 0.37	0.60	+ 0.35	0.60	+ 0.35
22-VI	0.36	0.87	+ 0.51	0.60	+ 0.24	0.60	+ 0.24
X	0.41	0.86		0.80		0.71	

FUENTE: Investigaciones del Autor

*Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, INDECA.



CUADRO No. 11

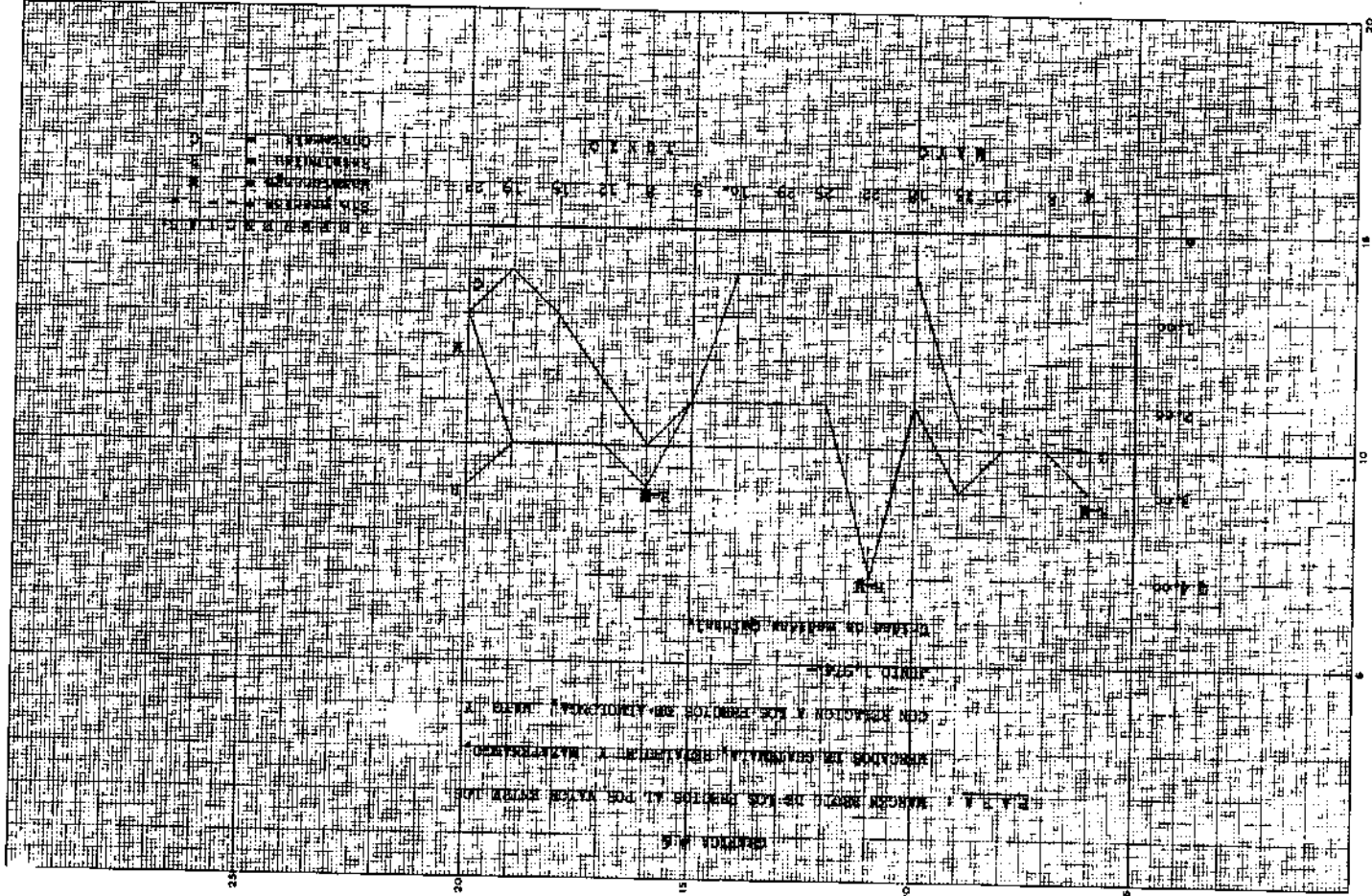
COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
GUATEMALA, RETALHULEU Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO Y JUNIO 1974

Producto: Papa (Solanum tuberosum)
Unidad de Medida: - Al por mayor: por quintal
 - Al por menor: por libra

FECHA 1974	PRECIO/QUINTAL ALMOLONGA	PRECIO/QUINTAL * GUATEMALA	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/QUINTAL RETALHULEU	DIFERENCIA DE PRECIOS	PRECIO/QUINTAL MAZATENANGO	DIFERENCIA DE PRECIOS
4-V	7.00	9.50	+ 2.50	10.00	+ 3.00	10.00	+ 3.00
8-V	7.50	0.00	0.00	10.00	+ 2.50	10.00	+ 2.50
11-V	7.50	7.50	0.00	10.00	+ 2.50	10.00	+ 2.50
15-V	7.00	9.25	+ 2.25	10.00	+ 3.00	10.00	+ 3.00
18-V	8.00	8.50	+ 0.50	10.00	+ 2.00	10.00	+ 2.00
22-V	6.00	0.00	0.00	10.00	+ 4.00	10.00	+ 4.00
25-V	8.00	8.50	+ 0.50	10.00	+ 2.00	10.00	+ 2.00
29-V	10.00	0.00	0.00	10.00	0.00	10.00	0.00
10-VI	8.00	8.50	+ 0.50	10.00	+ 2.00	10.00	+ 2.00
5-VI	8.00	10.00	+ 2.00	10.00	+ 2.00	10.00	+ 2.00
8-VI	7.00	9.50	+ 2.50	10.00	+ 3.00	10.00	+ 3.00
12-VI	7.50	7.50	0.00	10.00	+ 2.50	10.00	+ 2.50
15-VI	7.50	8.50	+ 1.00	10.00	+ 2.50	10.00	+ 2.50
19-VI	7.50	8.00	+ 0.50	10.00	+ 2.50	10.00	+ 2.50
22-VI	7.00	8.00	+ 1.00	10.00	+ 3.00	8.00	+ 1.00
X	7.56	8.60		10.00		9.86	

FUENTE: INVESTIGACIONES DEL AUTOR.

* Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola INDECA.



CUADRO No. 12

COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
GUATEMALA, RETALHULEU Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO y JUNIO 1974

Producto: Repollo (Brassica oleracea var. capitata)
Unidad de Medida: - Al por mayor: bulto de 30 unidades
(Tamaño: grande)

Fecha 1974	Precio/Doc. Almolonga	Precio/Doc. * Guatemala	Diferencia de precios	Precio/Doc. Retalhuleu	Diferencia de precios	Precio/Doc. Mazatenango	Diferencia de precios
4-V	0.80	0.80	0.00	1.80	+ 1.00	1.80	+ 1.00
8-V	0.80	0.00	0.00	1.80	+ 1.00	0.00	0.00
11-V	0.75	0.60	- 0.15	1.20	+ 0.45	2.40	+ 1.65
15-V	0.80	0.00	0.00	2.16	+ 1.36	2.40	+ 1.60
18-V	1.00	0.80	- 0.20	1.20	+ 0.20	1.20	+ 0.20
22-V	1.00	0.80	- 0.20	0.84	- 0.16	1.20	+ 0.20
25-V	1.50	0.80	- 0.70	3.00	+ 1.50	1.80	+ 0.30
29-V	1.20	0.00	0.00	3.00	+ 1.80	2.40	+ 1.20
10-VI	1.00	0.80	- 0.20	1.80	+ 0.80	2.40	+ 1.40
5-VI	1.00	0.00	0.00	0.96	- 0.04	1.20	+ 0.20
8-VI	1.50	0.70	- 0.80	2.40	+ 0.90	3.60	+ 2.10
12-VI	1.25	0.80	- 0.45	3.00	+ 1.75	1.80	+ 0.55
15-VI	1.25	0.60	- 0.65	2.40	+ 1.15	2.40	+ 1.15
19-VI	1.00	1.10	+ 0.10	2.40	+ 1.40	2.16	+ 1.16
22-VI	1.00	1.20	+ 0.20	1.80	+ 0.80	2.40	+ 1.40
X	1.06	0.82		1.98		2.08	

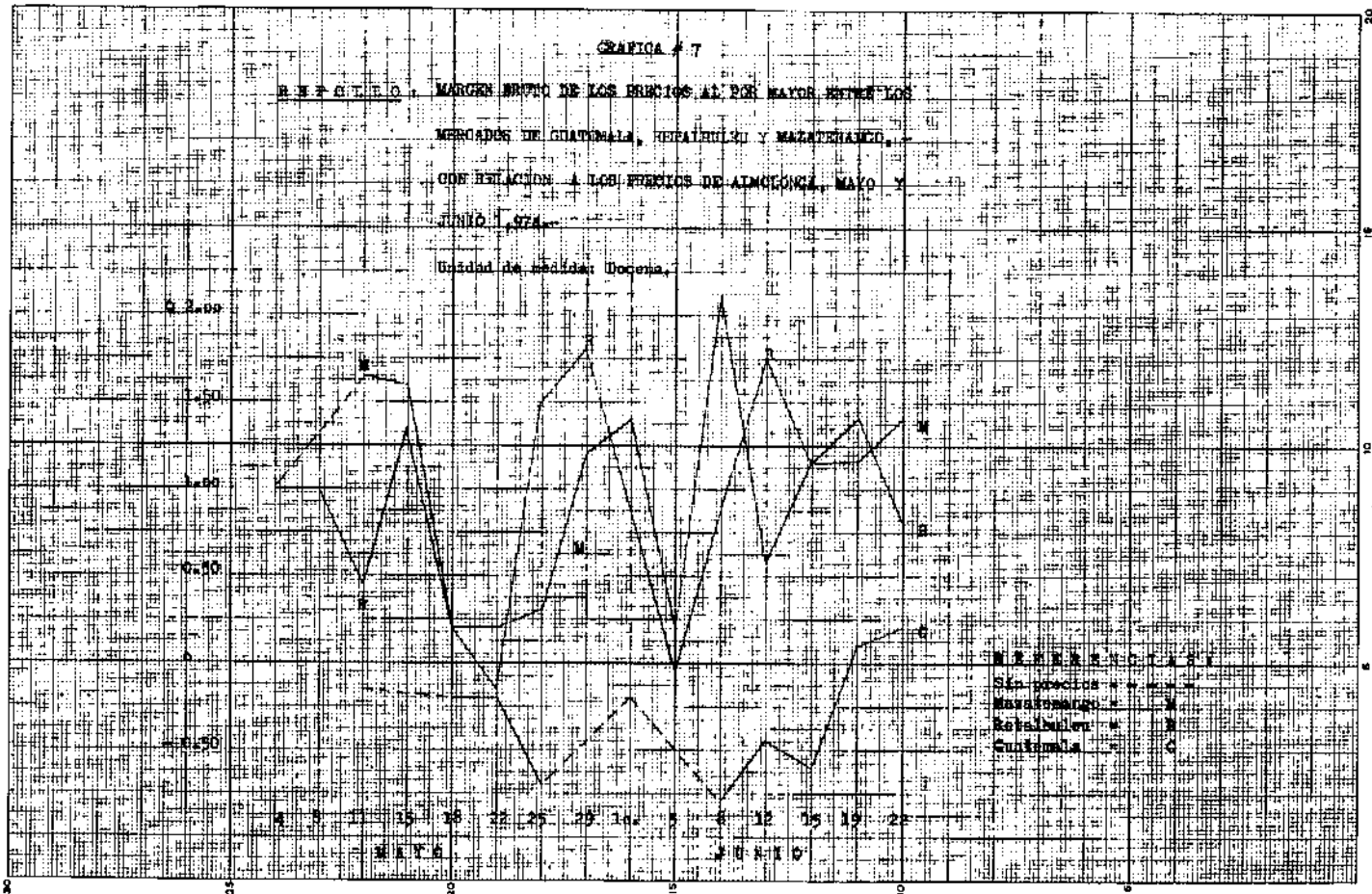
FUENTE: Investigaciones del Autor.

*Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, INDECA.

GRAFICA # 7

REPOSICION DE MARGEN BRUTO DE LOS PRODUCTOS AL POR MAYOR EN LOS
 MERCADOS DE GUATEMALA, RETALHEO Y MAZATEPEQUE,
 CON RELACION A LOS PRECIOS DE ALMOXARFA, MAYO Y
 JUNIO 1974.

Unidad de medida: Docena.



REPOSICION DE MARGEN BRUTO
 San Marcos - A
 Mazatenango - B
 Retalhuleu - C
 Guatemala - D

CUADRO No. 13
 COMPORTAMIENTO DE PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LOS MERCADOS DE
 GUATEMALA, RETALHULEU, Y MAZATENANGO Y SU RELACION CON LOS PRECIOS DE ALMOLONGA, MAYO Y JUNIO 1974

Producto: Zanahoria (Daucus Caracota)
 Unidad de Medida:- Al por mayor: bulto de 25 docenas
 - Al por menor: docena
 (Tamaño: mediano)

Fecha 1974	Precio/Doc. Almolonga	Precio/Doc. * Guatemala	Diferencia de precios	Precio/Doc. Retalhuleu	Diferencia de precios	Precio/Doc. Mazatenango	Diferencia de precios
4-V	0.12	0.10	- 0.02	0.24	+ 0.12	0.24	+ 0.12
8-V	0.08	0.07	- 0.01	0.20	+ 0.12	0.18	+ 0.10
11-V	0.10	0.05	- 0.05	0.36	+ 0.26	0.24	+ 0.14
15-V	0.10	0.09	- 0.01	0.36	+ 0.26	0.24	+ 0.14
18-V	0.10	0.08	- 0.02	0.20	+ 0.10	0.15	+ 0.05
22-V	0.08	0.10	+ 0.02	0.20	+ 0.12	0.18	+ 0.10
25-V	0.10	0.10	0.00	0.20	+ 0.10	0.18	+ 0.08
29-V	0.15	0.00	0.00	0.20	+ 0.05	0.20	+ 0.05
1o-VI	0.10	0.08	- 0.02	0.24	+ 0.14	0.20	+ 0.10
5-VI	0.08	0.11	+ 0.03	0.20	+ 0.12	0.20	+ 0.12
8-VI	0.10	0.11	+ 0.01	0.18	+ 0.08	0.15	+ 0.05
12-VI	0.10	0.10	0.00	0.20	+ 0.10	0.20	+ 0.10
15-VI	0.12	0.09	- 0.03	0.20	+ 0.08	0.20	+ 0.08
19-VI	0.10	0.12	+ 0.02	0.30	+ 0.20	0.20	+ 0.10
22-VI	0.08	0.07	- 0.01	0.25	+ 0.17	0.15	+ 0.07
X	0.10	0.09		0.23		0.19	

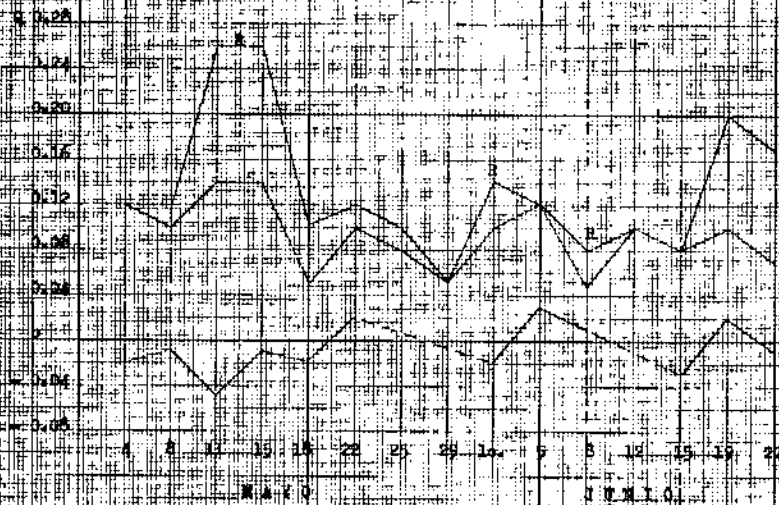
FUENTE: Investigaciones del Autor.

*Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, INDECA.

GRAFICA # 8

ZANAHORIA : MARGEN BRUTO DE LOS PRECIOS AL POR MENOR ENTRE LOS
 MERCADOS DE GUATEMALA, RETAILEREN Y MATECHANO,
 CON RELACION A LOS PRECIOS DE ALMOGROSA MADO Y
 JUNIO 1, 1974.

Unidad de medida: Dólar



REFERENCIAS:
 Guatemala = G
 Retailer = R
 Matechano = M

CUADRO No. 14

DIFERENCIAS PROMEDIOS EXISTENTES ENTRE LOS PRECIOS AL POR MAYOR Y MENOR, EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DONDE SE COMERCIALIZAN LAS HORTALIZAS Y PRECIOS PROMEDIOS DE ALMOLONGA DURANTE LOS MESES DE MAYO Y JUNIO DE 1974

Producto	Unidad de Medida	Almolonga	Guatemala	Diferencia	Retalhuleu	Diferencia	Mazatenango	Diferencia
		1/ P/Q.	2/ P/Q.		1/ P/Q.		1/ P/Q.	
Acelga	Bulto	1.84	1.84	0	3.76	+ 1.92	4.36	+ 2.52
Apio	Docena	0.13	0.11	- 0.02	0.42	+ 0.29	0.52	+ 0.39
Cebolla	Millar	5.93	7.25	+ 1.32	9.20	+ 3.27	8.93	+ 3.00
Coliflor	Docena	1.43	2.21	+ 0.78	2.46	+ 1.03	2.47	+ 1.04
Lechuga	Docena	0.41	0.86	+ 0.45	0.80	+ 0.39	0.71	+ 0.30
Papa	Quintal	7.56	8.60	+ 1.04	10.00	+ 2.44	9.86	+ 2.30
Repollo	Docena	1.06	0.82	- 0.24	1.98	+ 0.92	2.08	+ 1.02
Zanahoria	Docena	0.10	0.09	- 0.01	0.23	+ 0.13	0.19	+ 0.09

FUENTE:

1/ Investigaciones del Autor.

2/ Sección de Noticias de Mercado del Instituto Nacional de Comercialización Agrícola, INDECA.

Los intermediarios locales comercializan las hortalizas en dos sistemas:

- Venta de hortalizas al por mayor
- Venta de hortalizas al por menor

La comercialización de productos al por mayor se realiza principalmente en el mercado Terminal de la ciudad capital.

Así también venden hortalizas al por menor en casi todos los mercados de la costa sur del país, ver cuadro No. 16.

Las ventajas y desventajas de los dos sistemas anteriormente mencionados se podrán analizar en el cuadro No. 16.

CUADRO No. 16

ALTERNATIVAS DE VENTA DE LOS INTERMEDIARIOS
LOCALES DE ALMOLONGA

	Lugar	Ventajas	Desventajas
Venta de Hortali- zas al por ma- yor	Mercado Terminal Ciudad Guatema- la	Se puede comercializar más volumen de hortali- zas por ser un mercado terminal. El trabajo se realiza en corto tiempo. La utilidad de la in- versión se puede obte- ner rápidamente.	Por la situación de produc- tos perecederos, hay necesi- dad de comercializarlos lo antes posible y aprove- chando esta situación, los minoristas compran el pro- ducto a crédito, produciendo pérdidas por deudas in- cobrables. Se corren más riesgos por el volumen a comercializar.
Venta de Hortali- zas al por me- nor	Costa Sur Ver Cuadro No. 4	Es una forma sencilla y de bajo costo. Se pone en contacto directo el consumidor final con el vendedor o intermediario local	El producto expuesto para su venta, por ser altamen- te perecedero y estar en contacto con las inclemen- cias del tiempo se dete- riora rápidamente. El producto no se encuen- tra protegido contra ries- go de que los transeuntes cojan muestras, o bien mal- traten el producto y esto representa baja de calidad en la hortaliza.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

1. Existe una pérdida de producto por mal manejo desde el empaque inicial hasta su distribución final en los centros de distribución estudiados que se estimó en un 15o/o.
2. El rango de variación de los precios de venta es muy amplio por lo que trae como consecuencia que en muchas oportunidades en lugar de obtener ganancias tienen pérdidas.
3. Generalmente Agricultores y Comerciantes no toman en cuenta los precios de mercado que el Instituto Nacional de Comercialización Agrícola (INDECA) pasa por radio diariamente sobre las hortalizas, así como también la oferta que existe de las mismas, de otras zonas de producción.
4. El empaque utilizado no es el que ofrece al producto su mejor conservación, sin embargo es muy difícil la recomendación de uno que llene los requisitos por cuanto no existe una verdadera clasificación sobre la calidad del producto.
5. En términos generales los problemas mayores se dan en la comercialización, de las hortalizas y en menor escala en la producción de las mismas.
6. El grupo de personas que trabajan como intermediarios tienen más relaciones y son más dinámicas que el grupo de productores.
7. La tradición hace que los agricultores se vuelvan reacios a ciertos cambios que van en beneficio de ellos mismos, haciendo más difícil la labor de algunas instituciones en la comunidad.

Recomendaciones:

1. Organización de los productores como de los intermediarios con el objeto de que cada uno de los grupos defiendan sus intereses y den solución a los problemas que tienen en común.
2. La comercialización de las hortalizas será más eficiente mediante la organización de todos los elementos que intervienen en la misma.
3. Capacitación y asistencia técnica a los grupos organizados encargados de la comercialización de las hortalizas.
4. El movimiento Cooperativo en Guatemala deberá interesarse por la formación de una Cooperativa que involucre al Sector Productor así como también al grupo encargado de la comercialización de las hortalizas; pues Almolonga es un lugar de mucha importancia en la producción y mercadeo de productos perecederos.
5. Cada uno de los grupos encargados de cierta actividad, deberá especializarse únicamente en dicha función; con el objeto de evitar que sus participantes sean personas polifacéticas y en esta forma se podrá obtener más eficiencia en cada una de las actividades.
6. Constituyendo éste un estudio preliminar sobre el lugar de Almolonga se recomienda profundizar en cada uno de los componentes de producción y comercialización estudios superiores para encontrar solución a los múltiples y profundos problemas existentes.

BIBLIOGRAFIA

1. AJMAC, J., J. OVALLE, y O. GRACIA, **Estudio sobre aspectos socioeconómicos de Almolonga**. Guatemala, Instituto Nacional de Comercialización Agrícola (INDECA), 1974. 39 p.
2. FAO. **La comercialización de frutas y hortalizas**. Roma, 1958. 237 p.
3. FAO. **Los problemas de la comercialización y medidas para mejorarla**. 3a. ed. Barcelona, Comercial y Artes Gráficas, S.A. 1969. 290 p.
4. FRANCHETTI, G.L. **La comercialización de frutas y hortalizas de clima templado en Guatemala**. Guatemala, Instituto Nacional de Comercialización Agrícola (INDECA), 1976. 85 p.
5. GUATEMALA. Ministerio de Agricultura. **Informe Final, 1958**. Guatemala, 1960. 37 p.
6. MORALES, H. **Guía para la elaboración de estudios de comercialización de productos agropecuarios**. Guatemala, Instituto Nacional de Comercialización Agrícola (INDECA), 1973. 38 p. c
7. OROZCO, O.L. **Proyecto para la exportación de pepinos y melones tipo Cantaloupe del Nor-orienté de Guatemala**. Guatemala, 1970. 143 p. Tesis (Ingeniero Agrónomo) Universidad de San Carlos de Guatemala
8. PARDINAS, G. **Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales**. 11a. ed. México, Editorial Siglo Veintiuno editores, S.A., 1973. 183 p.
9. PINTO, C.E. **Monografía del municipio de Almolonga departamento de Quezaltenango**. Guatemala. Universidad

de San Carlos, Ejercicio Profesional Supervisado de Agronomía. 1974. 38 p.

10. WIERER, K. **El mercadeo agrícola en América Latina**. 2a. Ed. Costa Rica, Universidad de Costa Rica Rodrigo Facio, 1973. 399 p.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE AGRONOMIA

Ciudad Universitaria, Zona 12.


Apartado Postal No. 1345

GUATEMALA, CENTRO AMERICA

Referencia.....
Asunto.....
.....

IMPRIMASE:

RECIBIDO
16 JUN 1961
11



Ing. Agr. Rodolfo Estrada González
DECANO EN FUNCIONES

Este libro debe ser devuelto
en la oficina de la biblioteca

**BIBLIOTECA CENTRAL-USAC
DEPOSITO LEGAL
PROHIBIDO EL PRESTAMO EXTERNO**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central
Sección de Tesis