



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS.

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
TECNOLOGIAS DIGITALES**

SEDE VILLA CORZO

TESIS

PROPUESTA DE VENTAJAS DE NEGOCIACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PROVEEDORES DEL FRIJOL EN LA ZONA FRAILESCA

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN GESTION Y
DESARROLLO DE NEGOCIOS**

PRESENTA

CARLOS DANIEL ESTRADA PEREYRA

DIRECTORA.

MTRA. GABRIELA ROJAS PEREDA



Villa Corzo, Chiapas, Agosto de 2022

**PROPUESTA DE VENTAJAS DE
NEGOCIACIÓN DE LOS PEQUEÑOS
PROVEEDORES DEL FRIJOL EN LA ZONA
FRAILESCA**



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS
SECRETARÍA GENERAL
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES
DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN ESCOLAR
AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Villa Corzo, Chiapas
8 de Agosto de 2022

C. Carlos Daniel Estrada Pereyra

Pasante del Programa Educativo de: Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios

Realizado el análisis y revisión correspondiente a su trabajo recepcional denominado:
Propuestas de ventajas de negociación de los pequeños proveedores del frijol en la zona

Fraillesca

En la modalidad de: Tesis Profesional

Nos permitimos hacer de su conocimiento que esta Comisión Revisora considera que dicho documento reúne los requisitos y méritos necesarios para que proceda a la impresión correspondiente, y de esta manera se encuentre en condiciones de proceder con el trámite que le permita sustentar su Examen Profesional.

ATENTAMENTE

Revisores

Dra. Reyna Esperanza Zea Gordillo

Mtro. Juan Ramón Gómez Tomás

Mtra. Gabriela Rojas Pereda

Firmas:

[Firma]
[Firma]
[Firma]

Ccp. Expediente

AGRADECIMIENTO.

Este trabajo va dedicado principalmente a dios, que gracias a él siempre he despertado y me he levantado cada mañana día a día, por permitirme levantar la cabeza en alto para afrontar los obstáculos que he enfrentado y seguiré enfrentado más adelante, y por permitirme recorrer mi camino, hasta este momento de ansiedad, nervios y alegría que es mi formación profesional. Por poner a personas que han sido de gran apoyo en mi vida y educación.

También a mi madre Nery Pereyra Montejo, que gracias a ella yo tengo vida, por estar siempre conmigo desde el principio, quien se levantaba cada mañana para yo poder ir con bien a la escuela, que a pesar de todo ella siempre es un apoyo fundamental para mi vida, a mi padre Remberto Estrada Cruz, que a pesar de nuestras diferencias siempre estuvo presente apoyándome día a día, para que no me faltara nada.

A mis abuelos que también ellos se preocupaban mucho por mí al estar viajando a la escuela y yo fuese alguien en la vida y a mi tía Erika, que gracias al apoyo a sus consejos y regaños fue que yo le echaba ganas a la escuela.

Finalmente doy gracias a mis queridos asesores de tesis quienes son, Mtra. Gabriela Rojas Pereda, Mtro. Juan Ramón Gómez Tomás y en especial a la Mtra. Reyna Esperanza Zea Gordillo. Quienes me impulsaron para que pudiera terminar este proyecto y poder presentarlo, a todos ellos le doy las más sinceras gracias por sus apoyo, conocimiento, consejos, cariño y paciencia ya que sin ustedes yo no estaría hasta donde me encuentro en estos momentos sintiéndome nervioso, feliz y dichoso.

Por todos ellos es que yo pude llegar hasta donde estoy y cumplir mi meta de ser alguien en la vida como ellos me decían.

ÍNDICE

1. Introducción	1
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Justificación.	3
1.5 Objetivo General.....	4
1.6 Objetivos Específicos	4
1.7 Hipótesis.	5
2. Marco Metodológico.....	5
2.1 Metodología de Investigación.....	7
3. Marco Referencial.	11
3.1 Comercialización:	11
3.2 Precio del producto.	12
3.3 Como se rige.	13
3.4 Canales de distribución.....	13
3.5 Alianzas estratégicas.....	14
3.6 Nivel de producción.....	16
3.7 Poder de negociación.....	19
3.8 Orígenes del frijol	20
4. Resultados.....	23
5. Conclusión.....	37
6. Bibliografía.....	39

GRÁFICAS

Gráfica 1. ¿De cuánto es su inversión aproximadamente para cultivar frijol?.....	24
Gráfica 2. ¿Usted conoce el precio por kg de frijol al momento de vender?	25
Gráfica 3. ¿Sabe que los compradores reducen el precio del frijol al momento de comprar?	25
Gráfica 4. ¿Obtiene las ganancias deseadas al vender su producto?	26
Gráfica 5. ¿Estaría dispuesto recibir capacitación para incrementar sus ganancias?	26
Gráfica 6. ¿Cuál es su producción anual?	27
Gráfica 7. ¿Estaría dispuesto a producir la cantidad de frijol que un comprador necesita?..	27
Gráfica 8. ¿Está usted en una sociedad de productores?	27
Gráfica 9. ¿piensa usted que estando en una sociedad u organización mejoren las formas de negociación?	28
Gráfica 10. ¿Cree que al estar en una sociedad aumente su producción, así como sus ganancias?.....	28

1. Introducción

El presente documento tiene como objetivo general de plantear estrategias de mejoras para la comercialización del frijol proponiendo un precio justo y adecuado. La carrera en gestión y desarrollo de negocios tiene como propósito formar profesionales competitivos donde se identifican oportunidades de negocio y así aprovecharlas, de esta manera decidí atender una necesidad expresada por los campesinos de la colonia francisco villa sobre la negociación que le dan al frijol, donde se dedican a la producción de dicho producto que comercializan como materia prima, pero que con frecuencia no le dan el valor adecuado ya que su producto no pueden venderlo al mayoreo, ya que no cuentan con dicha capacidad de negociar, es así como dicho trabajo se titula "Propuesta de ventajas de negociación a los pequeños productores del frijol en la zona frailesca".

Como primer capítulo hablaremos de los objetivos del presente documento, donde nos señala cuales son las problemáticas que vamos a abordar y cuáles son las justificantes para realizar este estudio dándole un desarrollo confiable, así como también se definieron de forma breve las variables que se consideraran a utilizar para darle solución a dicho problema y también se determinaron los instrumentos que nos fueron útiles para la realización de este trabajo.

En el segundo capítulo encontraremos las definiciones de cada una de las variables dándole un poco de información para poder tener mejor visión y desarrollo al momento de darle una solución a cada una de ellas, todo esto es de forma detallada, por lo cual se obtuvo información de páginas confiables otorgando las bibliografías necesarias para que toda la información recabada estuviese lo más accesible, de esta manera dar una buena argumentación sobre lo que queremos realizar y cómo trabajar en ella.

En el tercer capítulo se realizará un análisis de las variables de los resultados obtenidos en la investigación de campo para con esto poder concluir con una relación de propuestas que nos permitan atender a la problemática y verificar que el trabajo realizado u

investigación sea la más adecuada para que el resultado final obtenido nos dé el objetivo general planteado desde un principio.

Esto les permitirá a los productores a que tengan más conocimiento de negociación y así poder tomar mejores decisiones a la hora de la venta planteando estrategias de mejoras, de esta manera poder llegar al punto deseado que se requiere. Dado el caso que el frijol es una materia prima mexicana muy utilizada para platillos mexicanos, donde también es una de las principales fuentes de ingresos para los campesinos mexicanos, por lo que se requiere mucho cuidado al querer cultivarlo ya que no es nada fácil para ellos, se necesita tener mucha experiencia porque si el producto no logra desarrollarse bien no podrán tener o recuperar el dinero que hayan invertido, ya que su tiempo para desarrollarse no dura mucho es aproximadamente de 4 a 5 meses para que este ya este maduro y así puedan comercializarlo. estas maneras puedan verificar que el trabajo, dedicación y esfuerzo que ellos invierten les de los resultados deseados.

1.2 Planteamiento del problema.

El problema que nos atañe discutir en el presente estudio, es que en el ejido Francisco Villa municipio de Villa Flores Chiapas, existen alrededor de 80 productores que se dedican al cultivo del frijol pero al querer comercializar no obtienen un buen pago, ya que los compradores que llegan a dicha colonia son muy pocos y eso conlleva a que ellos tengan un mejor poder de negociación debido a que están mejor capacitados y eso mismo genera que puedan comprar a un bajo precio y los proveedores acepten la oferta, no tomando en cuenta en que calidad se encuentra dicho producto.

Los negociantes no saben que este fruto está en buen estado, por tal motivo es importante dar a conocer a los campesinos que ellos también cuentan con la postura de negociar ya que ellos son los que cultivan dicho resultante y no es fácil el proceso de manufactura.

Otra razón por la cual ellos deciden aceptar este pacto es porque no cuentan con la cantidad deseada ya que los agricultores que cosechan muy pocas toneladas ya los compradores

necesitan más producto para poder abastecerse, para que puedan comercializar su materia prima necesitan pasar por muchos obstáculos, debido a que en esta comunidad no existen bodegas donde puedan vender su producto.

Si existe una bodega de CONASUPO, pero únicamente se dedican a comprar maíz por lo que los campesinos tienen que trasladarlo a otro lugar para poder vender con coyotes o personas particulares, pero para poder trasladar su mercancía a otro lugar donde puedan vender a un precio mejor tienen que pagar el flete de un carro y eso no es muy favorable para ellos; debido a que las personas particulares que vienen a esta colonia a comprar el frijol, ofrecen un precio muy bajo. De tal forma la mayoría de los campesinos tienen que vender debido a que no cuentan con suficiente economía para cubrir los gastos y eso hace que las ganancias que ellos obtienen sean muy mínimas.

De esta manera dar a conocer a los campesinos a que se den cuenta que su producto puede llegar a valer más de lo que lo que les ofrece, ya que ellos pueden tomar la primera decisión de vender el producto o no venderlo. El problema expuesto nos conduce a plantear la siguiente interrogante ¿Cuáles son las ventajas de negociación de los pequeños proveedores del frijol de la región frailesca?

1.3 Justificación.

En el ejido Francisco Villa municipio de Villa flores Chiapas la producción de frijol es muy abundante y los productores no tienen muchas opciones para comercializar su materia prima que ellos cosechan; la actividad agrícola de producción de frijol es una actividad preponderante en estas regiones frailesicanas y a la vez el único sustento económico de las familias Villafloreses.

En la región de Villa Flores existen compradores o comercializadores de granos que son en su mayoría personas particulares sin una identidad corporativa, ni una política clara de cómo negociar las cosechas de frijol, estas personas son las que establecen los precios de compra, no tomando en cuenta la propuesta de negociación de los productores, debido a que no cuentan con la información precisa para plantear nuevas estrategias que sean

redituables, ya que el precio del frijol actual está en \$ 22. 00 pesos, pero los compradores vienen a adquirir este producto a un precio de entre \$12.00 a 15.00 pesos por kg.

Esto se pretende realizar a 1 año ya que la producción del frijol en la región se cultiva en temporadas, de tal forma se pretende capacitar y darles la información adecuada de lo que se pretende realizar, para que los campesinos puedan mejorar su negociación.

Se propone que en dicha colonia los productores se organicen como una sociedad o creen alianzas, para que los productores puedan vender su producto a un mejor precio, así puedan analizar quienes pueden ser los compradores y que ventajas pueden encontrar con otras comercializadoras o empresas.

Se les orientara en la forma que puedan mejorar su venta al momento de realizar su negociación; donde tendrán a un representante que hable por todos, de tal forma que su negociación sea más ordenada y no tendrán muchos obstáculos en frente. De esta manera puedan generar un mejor convenio con compradores, fijando un precio que le sea favorable a los productores, debido a que existen compradores que ofrecen a un precio muy bajo y eso no les conviene.

Esto les será de gran ayuda ya que al estar organizados podrán obtener o adquirir el conocimiento que necesitan para poder realizar un mejor convenio que les sea favorables, ya que sabrán actuar en dichos casos que se enfrenten y de esta manera puedan obtener los resultados que desean alcanzar.

1.5 Objetivo General.

Identificar estrategias que ayuden a la comercialización de la producción de frijol en el ejido Francisco Villa Municipio de Villa flores Chiapas.

1.6 Objetivos Específicos

- Identificar a los compradores de producción del frijol.
- Verificar las formas de negociación al vender dicha producción.
- Proponer estrategias para obtener mejores resultados en la comercialización de la producción.

1.7 Hipótesis.

Los proveedores de frijol del ejido francisco villa, mejoraran su poder de negociación si generan organizaciones entre ellos donde puedan capacitarse, mejorar su conocimiento y aumentar el precio de venta.

2. Marco Metodológico

En los últimos tiempos el tema de **Propuesta de Ventajas de negociación a los pequeños proveedores del frijol en la zona frailesca**, ha sido ampliamente discutido por:

El problema que nos atañe discutir en el presente estudio, es que en el ejido francisco villa municipio de villa flores Chiapas existen productores que se dedican a la producción del frijol y al querer comercializar su producto no obtienen un buen pago ya que los compradores que llegan a dicha colonia, tienen un mejor poder de negociación por que están mejor capacitados y eso mismo genera que puedan comprar el producto a un bajo precio y los proveedores acepten la oferta, por tal motivo es importante dar a conocer a los productores que ellos también cuentan con el poder de negociación ya que ellos son los que producen dicho producto y no es fácil el proceso de producción, de esta manera hacer que se den cuenta que su producto puede llegar a costar más de lo que los compradores les ofrece. El problema expuesto nos conduce a plantear la siguiente interrogante ¿cómo proponer ventajas de negociación a los pequeños proveedores del frijol de la región frailesca?

De las cual se derivan las siguientes aristas ¿Conoce el precio del producto? ¿Cuál es el nivel de producción? ¿Cómo es su comercialización?

De ahí la importancia de este estudio, En el ejido francisco villa municipio de villa flores los productores de frijol que realizan la venta de su cultivo a bodegas o personas particulares, al momento de efectuar la negociación los compradores ya tienen fijado el precio a comprar, mientras tanto que los productores, no tienen un precio fijo y eso genera que comercialicen su producto a un precio muy bajo, eso conlleva a que el productor obtenga una remuneración económicamente baja.

Al enfrentarse a esta situación se pretende mejorar los métodos de negociación de productor debido a que desafortunadamente no siempre se genera una buena negociación, donde encuentren a muchos compradores para que puedan ver con quienes les conviene vender su producto y realicen una mejor negociación, de esta manera también puedan ver que el producto que ellos venden es de buena calidad y así también puedan otorgarle un valor más alto, por lo cual los proveedores también deben de cubrir la cantidad del producto que el comprador necesita debido a que tienen que afrontar las necesidades de este mismo, de tal forma que los proveedores tienen que crear una sociedad ya que al estar unidos tendrán una mejor visión de cómo negociar, donde también tendrán los medios necesarios para poder hacer un buen pacto.

Siendo así el objetivo del presente documento es, proponer ventajas de negociación a los pequeños proveedores del frijol en la zona frailesca. Alcanzar dicho objetivo requiere de una serie de acciones que pretenden fundamentar las respuestas a nuestras interrogantes.

Una primera acción es, proponer ventajas de negociación a los pequeños proveedores del frijol en la zona frailesca, para darles a conocer que pueden hacer una buena negociación conociendo bien las ventajas con las que cuentan su producto.

Posteriormente, generar mayores márgenes de utilidad a los productores de la colonia francisco villa en un plazo de 1 año, para que vean los resultados del esfuerzo y dedicación que ellos realizaron en su producto.

También, determinar cuáles son las causas o consecuencias que lleva a no tener un precio fijo, para poder resolver realizar estrategia que se pueden generar para así hacer un buen pacto.

Posteriormente, Plantear respuestas de mejora y así también poder identificar el conocimiento de los Productores y motivarlos para que puedan tomar decisiones, para que vean que es lo que les conviene más al momento de tomar su decisión.

Además, identificar el rendimiento de venta a corto plazo, para ver si les es factible hacerlo de esta forma o tomar otras alternativas y esperar sus resultados.

Y, por último, determinar estrategias para la investigación y obtener resultados deseados, para poder orientar a los proveedores de lo que pueden hacer para que puedan tener una buena negociación y obtengan los resultados sean los deseados.

Es así como esta tesis intitula la **“Propuesta de Ventajas de Negociación a los Pequeños Proveedores del Frijol en la Zona Frailesca”** plantea la siguiente hipótesis.

Los proveedores de frijol de la colonia francisco villa, necesitan estar unidos debido a que el producto que ellos producen es de buena calidad y el promedio que ellos cosechan individual mente no es el apto para poder negociar, de esta manera darles a conocer sobre lo que se puede hacer para plantear una buena idea de organización.

Identificamos que la producción agrícola que se desarrolla en el ejido francisco villa del municipio de villa flores Chiapas es la principal actividad económica y un elemento fundamental en la negociación para tener una remuneración económica al venderlos.

En dicha colonia el frijol no se le da el valor económico sugerido por tal motivo se necesita darles a los productores estrategias de cómo poder vender mejor sus cultivos.

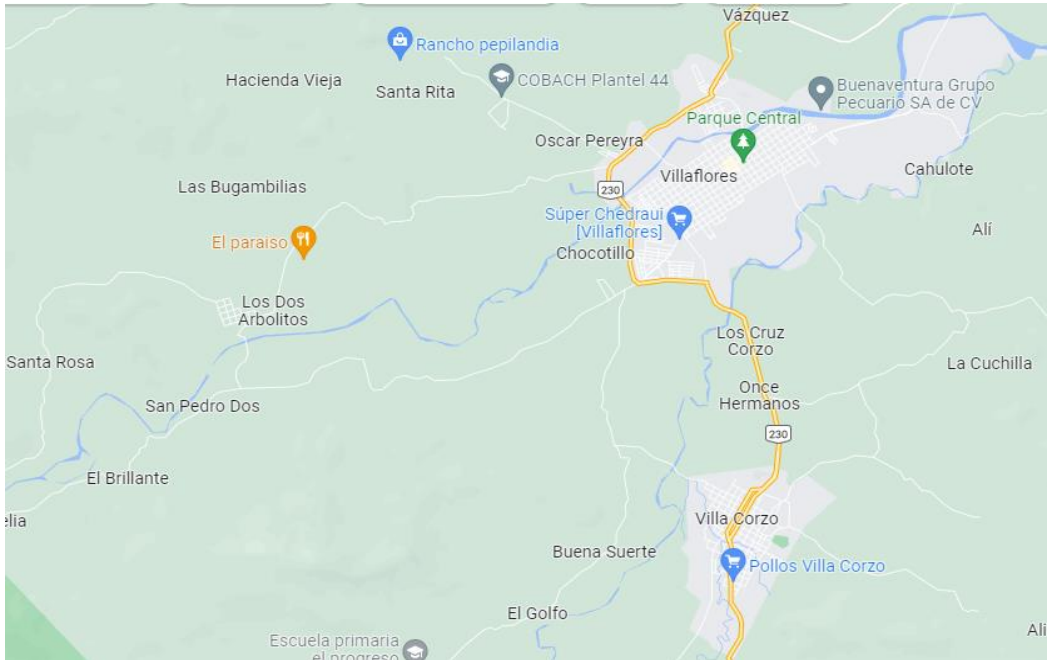
Los productores de la colonia francisco villa deben de tener una comunicación adecuada con los proveedores y así poder llegar a una negociación.

Desde un planteamiento empírico, se identificó que los productores del frijol en la colonia Francisco Villa necesitan implementar estrategias de negociación para que puedan tener el conocimiento adecuado ya que el acuerdo al que ellos llegan no es el más factible para su bienestar económico.

Pretendiendo finalizar con la comprobación de la hipótesis expuesta, conclusiones y recomendaciones.

2.1 Metodología de Investigación

El presente estudio se localiza, en la comunidad Francisco Villa de la zona Frailesca, municipio de Villa flores Chiapas México



(maps, s.f.)

Es un estudio cualitativo de tipo descriptivo y analítico, ya que se aplicarán encuestas de forma estructuradas que serán cerradas a cada productor para poder obtener la información que sea de provecho a esta investigación.

La población general aproximadamente que habita en esta comunidad es de 1380 habitantes, donde 688 son hombres y 692 mujeres; Se aplicarán encuestas únicamente a agricultores que se dedican a la producción del frijol en dicha comunidad, debido a que existen más productores, pero se dedican a la producción del maíz. La población objetiva a estudiar son personas del sexo masculino entre la edad de 30 a 60 años donde son aproximadamente 80 personas.

formula:

a= Nivel de confianza

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

n=?

N= Población

$$n = \frac{a^2 N pq}{e^2 (N-1) + a^2 pq} =$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (688) (.80) .20}{(0.05)^2 (688-1) + (1.96)^2 (.80) .20} =$$

$$n = \frac{(3.84)(688)(0.16)}{(0.0025(687) + (3.84)(0.16))} =$$

$$n = \frac{422}{1.71 + 61.44} =$$

$$n = \frac{422}{63.15} =$$

$$n = 7$$

Se tiene identificado a 7 personas que será la muestra seleccionada, quienes me otorgaran la información, quienes únicamente se dedican a la agricultura y la mayoría son padres de familia, por lo que necesitan sostener a sus familias por medio de este oficio.

Existen 4 compradores del frijol que vienen a esta comunidad, pero únicamente se entrevistó a 1 comprador, debido a que no tienen un establecimiento fijo en esta zona por lo que siempre andan viajando de un lugar a otro, por lo cual el frijol se produce por temporadas únicamente están en esta comunidad entre 15 días a un mes.

El único comprador que pude identificar es de esta zona y el si tiene un establecimiento, pero no es fijo, el cual me proporciono un poco de información que se necesitaba saber para plantear mis propuestas y como generar mayores ventajas de como negociar a productores de esta zona.

Se aplicó una entrevista con preguntas abiertas, para poder desarrollar más el tema de como el maneja las formas de negociaciones o que estrategias tiene al momento de negociar con los productores. Así también poder ver las ventajas que podemos obtener con dicha investigación.

En base a la hipótesis plateada se consideró estudiar (tres variables), alianzas estratégicas, calidad del producto, nivel de producción, las cuales se definen a continuación:

COMERCIALIZACIÓN: Esta variable comprende la forma o manera que se necesita para vender dicho producto en la zona frailesca, con el objetivo de poder formar una alianza entre proveedores de frijol para así mismo puedan trabajar juntos e incrementar las ganancias que se les otorga al realizar un convenio con personas particulares. El instrumento de medición es a través de encuestas, los cuales serán aplicados a los proveedores.

PRECIO: esta variable comprende el resultado económico de la materia prima, con el objetivo de darle un valor remunerado al frijol debido a que es ahí donde los productores verán las ganancias que obtienen al comercializar dicho producto, dado el caso que tienen que plasmar una buena negociación para que puedan tener los ingresos necesarios y puedan cubrir sus necesidades.

PRODUCCIÓN: esta variable comprende la cantidad de materia prima que generan los productores con el objetivo de llegar a un acuerdo con forme a la cantidad de producto que se necesita para hacer una buena negociación, el instrumento de medición es a través de encuesta y serán de preguntas abiertas y cerradas.

En la siguiente tabla se sintetiza el conjunto de variables.

Tabla 1. Variables e Instrumentos

Variab les	Indicadores	Instrumento	Tipo de indicador
Comercialización	Lograr que el trabajo en grupo se realice de manera eficiente y eficaz para poder hacer negociaciones.	Encuestas	Preguntas abiertas y cerradas
Precio	Determinar que al comercializar dicho producto sea bien pagado.	Encuesta	Preguntas cerradas

Producción	Analizar que la cantidad sea la deseada para la venta.	Entrevista	Preguntas abiertas
-------------------	--	------------	--------------------

Estas variables serán relacionadas con los elementos teóricos conceptuales que serán abordados en el siguiente apartado.

3. Marco Referencial.

La negociación es un tema muy importante en este documento debido a que es la principal fuente de ingreso que tienen los campesinos para poder comercializar dicha materia prima, por lo que es necesario que sepan cómo pueden hacer dicho procedimiento y así cumplir con los objetivos deseados.

3.1 Comercialización:

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Comercializar un producto consiste en encontrar para él, la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. La Secretaría de Economía apoya la inserción de las empresas nacionales a los mercados mediante estrategias que les permiten identificar oportunidades potenciales, ingresar y competir en ellos, al tiempo que desarrollan sus productos para cumplir con estándares cada vez más altos de calidad. (Economía, 2010)

De acuerdo a estudios de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el frijol, es la leguminosa alimenticia más importante para el consumo humano en el mundo. Este cultivo es cosechado en sistemas, regiones y ambientes tan diversos como América Latina, África, el Medio Oriente y Europa, siendo un alimento tradicional y básico, específicamente en Brasil, México, América Central y el Caribe. No

obstante, su importancia en la dieta de números países, el volumen de producción del frijol respecto a granos como el maíz, el trigo y el arroz representa en promedio sólo el 1.0%. Durante el periodo 2012 – 2018 el crecimiento de la producción mundial de frijol se ha mantenido a una tasa media de crecimiento anual de 3.3%. En 2017, la producción mundial de frijol se ubicó en 32.1 millones de toneladas, siendo el año de mayor producción de esta oleaginosa. Desde 2012 hasta 2017, la producción mundial de frijol se mantuvo a un ritmo de crecimiento que permitió alcanzar las 32.1 millones de toneladas en 2017. En 2018 la contracción en la producción de la India y Brasil provocó una caída de 1.2%, siendo estas dos naciones las que concentran el 28.8% de la producción mundial en 2018; con el 19.6% y el 9.2%, respectivamente. (CEDRESSA, 2020)

El cultivo de frijol se puede realizar bajo casi todas las condiciones de suelo y clima. Por lo anterior, tiene presencia en las 32 entidades federativas del país, sin embargo, son ocho las entidades que producen tres cuartas partes de la producción nacional, siendo estas: Zacatecas, Sinaloa, Durango, Chihuahua, Chiapas, Nayarit, Guanajuato y San Luis Potosí. Por su parte, Chihuahua y Chiapas, registran una producción de 58,962 y 58,400 toneladas, respectivamente, lo que representan caídas de 31.4% y 9.6% en el mismo orden.

En la colonia Francisco villa municipio de Villa flores, Chiapas, México, se comercializa el frijol en su mayor parte a granel a nivel municipal debido a que no existe apoyo para el campesino y esto hace que solo puedan vender dentro del municipio debido a que no cuenta con el dinero necesario para cubrir los gastos que se necesita hacer para poder transportar dicho producto a otros lugares por esta misma razón es que venden a un precio muy bajo.

3.2 Precio del producto.

El frijol es una de las principales actividades de la economía campesina en varias regiones del país, de mucha importancia como generador de ingresos y empleo rural y como producto básico en la dieta alimenticia de la población por su alto contenido de proteínas y de elementos minerales esenciales. A él se dedican 120.000 pequeños productores que siembran 101.559 hectáreas, con una producción de 110.579 toneladas al año, que no son suficientes para abastecer el consumo interno.

(JESÚS HERNANDO ARIAS RESTREPO, MARTÍNEZ., & CARMONA, 2007)

En base a la información disponible el precio promedio nacional pagado al productor en México, registro su nivel máximo en 2017 al pagar en 13,484.2 pesos por tonelada, aun cuando la producción se recuperó en 2017. Sin embargo, debido al crecimiento de la producción y las importaciones, además de un consumo estable en 2017 y 2018, el precio promedio pagado al productor o precio medio rural disminuyó 4.9% en el año 2018, para ubicarse en 12,264.5 pesos por tonelada. En el estado de Sinaloa se cotizó el valor más alto en el precio pagado al productor en 14,578.5 pesos por tonelada. (CEDRESSA, 2020)

En la actualidad el precio del frijol en esta región está muy mal pagado debido a que los compradores o coyotes son los que fijan el precio ya que ellos son los que vienen a comprar a esta colonia debido a que no existe ni una bodega para poder vender y tampoco pueden transportar el producto a otro lado ya que no cuentan con suficiente economía para poder pagar los fletes del carro. El precio aproximado que los compradores vienen pagando es de \$ 15 a 17 por kg, mientras que en otros lugares de la región está arriba de los 30 pesos, eso es una gran pérdida para los campesinos ya que no les queda de otra y tienen que vender a ese precio.

3.3 Como se rige.

Por lo general en esta comunidad, cada campesino vende su producto como él o ellos puedan debido a que no existen compradores fijos con los que puedan vender, tampoco hay bodegas, cada campesino que cosecha frijol, tiene la necesidad de ver la forma en que va a obtener sus ganancias ya que es una fuente de ingresos para poder mantener a sus familias, por esta razón es que ellos van vendiendo poco a poco dicha materia prima, ya que de esta forma que ellos obtiene un poco más de ganancia y si venden con los compradores que vienen de otro lado corren el riesgo de que les paguen muy poco y no les conviene ya que pierden mucho pero no les queda otra opción y la mayoría siempre tiene que vender con ellos ya que el producto va a estar guardado y su calidad va a ir disminuyendo y van a perder más aún.

3.4 Canales de distribución.

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo. (Herrera, 2011)

Para que el frijol sea comercializado existen dos canales de distribución que no son muy convenientes para los campesinos, la primera es que ellos mismos lleven su producto a vender a otro lugar, pero este tiene un precio no todos lo usan ya que para que ellos puedan mover su mercancía de un lugar a otro tienen que pagar el flete del carro y eso no es nada barato debido a que no todos tienen el dinero suficiente para hacerlo y el otro es que vienen compradores hasta la colonia pero tampoco les es muy útil debido a que compran el producto a un precio muy bajo y por esta razón tampoco les conviene venderlo.

3.5 Alianzas estratégicas.

Hoy en día es difícil prescindir de las alianzas estratégicas (AE) como herramienta competitiva. El proceso de internacionalización (sea regionalización, sea globalización) a que están sometidos muchos sectores y la rapidez del progreso tecnológico destacan como motivos que inducen a la formación de las mismas. La razón estriba en que, para hacer frente a estos fenómenos, unas veces la empresa necesita utilizar sus recursos y capacidades de manera más eficiente y otras veces precisa recursos de los que carece. Es más, el cambio tecnológico o la incertidumbre del mercado pueden generar inseguridad acerca de cuáles serán los recursos necesarios para competir en el futuro. En este caso, las AE pueden ser un medio para “garantizar” (entre comillas, porque nunca habrá una seguridad total) el acceso a tales recursos, aunque todavía no se sepa de cuáles se trata. (Ariño, 2008)

¿Qué es la alianza estratégica?

Las Alianzas Estratégicas son útiles para múltiples propósitos. Algunas alianzas se crean para un fin único, mientras que otras pueden encerrar múltiples objetivos simultáneos. Lo importante es tener claro que se busca en cada caso y el modo como se obtiene el resultado. (García)

La AE no es una herramienta de la que sólo se puedan beneficiar las grandes compañías. De hecho, el tamaño de la empresa per se no afecta directamente a las probabilidades de éxito de una AE. Y gracias a ellas, las pequeñas empresas tienen la posibilidad de introducirse en nuevos mercados, acceder a economías de escala, obtener recursos complementarios en actividades inexploradas de la cadena de valor o estar preparadas para reaccionar a las incertidumbres del entorno, entre otras ventajas. (Ariño, 2008)

Para que sirven las alianzas estratégicas:

Para cumplir con los objetivos específicos de la empresa. Es decir, para conseguir todo aquello que le conviene de manera directa (ganancia económica, consolidación institucional, bases de estabilidad, contactos, prestigio, influencias, etc.) Para ayudar a crear un sistema de convivencia más armonioso, favoreciendo así al conjunto de toda la sociedad. Para generar oportunidades de desarrollo que no sólo sirvan para la propia empresa, sino para que otros también se beneficien. De esa manera, hay también un beneficio indirecto, pues habrá más clientes, más amigos, más aliados, más apoyos, una interacción más agradable y más posibilidades para todos. Para mejorar la integración social y para propiciar formas de participación más eficaces. Si las alianzas estratégicas se multiplican, será más fácil entenderse entre los distintos sectores; la gobernabilidad será más simple y eficiente; la coordinación práctica de actores diferentes será más fluida y efectiva; y se incrementarán las posibilidades para que mejorar la información, la participación en las decisiones, en las acciones y en los beneficios, por parte de todos los sectores. Para lograr mejorar la calidad de vida y dar mejores oportunidades de desarrollo humano a todos los miembros de la sociedad. Es decir, las alianzas estratégicas pueden ser un factor clave en el desarrollo integral de un país. Hay que promover la toma de consciencia sobre la importancia y utilidad práctica de las Alianzas estratégicas, en los diferentes niveles de la Empresa, comenzando por su dirección general, para que la empresa pueda hacer un uso eficiente de este recurso estratégico. La alianza estratégica debe ser tratada en forma similar a cualquier proyecto de inversión, es decir, se deben estimar las inversiones y resultados económicos de modo de mantener un control económico racional y objetivo. (García)

"Las alianzas constituyen una gran parte del juego de la globalización. Son críticas para ganar con una base global. El modo menos atractivo de tratar de ganar globalmente es pensar que usted solo puede con todo el mundo" (Prado, 1995)

Una alianza estratégica liga facetas específicas de los negocios de dos o más empresas. En esencia, es una sociedad que potencia la efectividad de las estrategias competitivas de las empresas participantes a través del intercambio de tecnologías, habilidades o productos basados en ellas.

Dado que existen una infinidad de formas y posibilidades distintas, se define "alianza estratégica" por la posesión simultánea de estas tres condiciones necesarias y suficientes:

Las firmas que se unen para conseguir un conjunto de objetivos establecidos previamente, permanecen independientes luego de realizada la alianza.

Las empresas comparten los beneficios de la alianza y controlan determinadas tareas asignadas.

Las empresas aliadas contribuyen continuamente en algún área estratégica. (Prado, 1995)

3.6 Nivel de producción.

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. La producción de una empresa puede medirse en un determinado volumen. La diferencia entre el volumen de lo producido en términos de dinero en relación a los bienes consumidos da cuenta del valor que se ha añadido a esos recursos. Así según la diferencia que se haga de la utilización de los factores de producción con respecto a los valores de producción final se obtendrá referencia a la rentabilidad o ganancia de la organización comercial. (produccion, 2016)

La calidad de las semillas es uno de los elementos fundamentales para el éxito en los cultivos. Si se inicia un cultivo con semilla de buena calidad, se habrá dado el primer paso

seguro en la actividad productiva. En cambio, si se utiliza semilla de mala calidad, seguramente el cultivo no responderá de manera positiva a las demás prácticas agrícolas.

La calidad de la semilla de frijol ha sido uno de los factores que ha limitado su cultivo. La siembra de semillas de variedades criollas o regionales, generalmente susceptibles a las enfermedades, y la poca oferta en el mercado de semillas certificadas o seleccionada han obligado al agricultor a tener que producir sus propias semillas, en muchos casos sin los conocimientos técnicos suficientes para hacerlo de forma adecuada y disponer de este insumo con la calidad requerida. (Arias R., 2001)

La producción de frijol en México tiende a estancarse alrededor de 1.2 millones de toneladas anuales, aunque con fuertes fluctuaciones. ¿A qué obedece el estancamiento? Podemos inferir a ciertas hipótesis:

- a) los bajos rendimientos, por una lenta incorporación de innovaciones tecnológicas que impacten en la rentabilidad y sostenibilidad (Rosales, 1999). La sequía es el factor más limitante en la producción de frijol en México. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010) corroboró que las características fisiológicas y fenológicas relacionadas con la adaptación a la sequía, afecta el rendimiento en el cultivo de frijol; b) fuerte incidencia de siniestros, que tienen que ver con la localización de la producción de frijol de temporal; y c) desventaja de la producción en el mercado, desalientan la asignación de más recursos-superficie en primer término. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010)

El frijol, junto con el maíz, es la base de la agricultura campesina y de la alimentación del pueblo de México. Aunque su consumo está disminuyendo, pues sus virtudes se ocultan y se magnifican sus pocos defectos ante el alud publicitario de la comida chatarra, sigue siendo la base de la dieta de los mexicanos pobres. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010)

Antes del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), todo el frijol que se producía en México era adquirido por la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) a un precio de garantía previamente fijado. Con ello se aseguraba dar certidumbre y un buen ingreso al productor; suministrar al consumidor un producto a precio

accesible y evitar la especulación manteniendo una reserva mínima del alimento. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010)

Todo cambió con el ajuste estructural de la economía y la apertura comercial. Desaparecieron los precios de garantía y la CONASUPO, instrumento de Estado para garantizar el abasto popular. A partir de 2008 se abrió totalmente la frontera al frijol importado de Estados Unidos de América y Canadá, dándole entrada al grano, ya sea porque viene a precio ‘dumping’ o de contrabando; esto derrumba el precio del frijol mexicano. Con todo y que se suponía que el TLCAN, iba a proteger al frijol desde 1994 a 2008, las importaciones y el contrabando todos esos años rondaron las 100 mil toneladas anuales, 172 mil toneladas en 2009. Antes del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), todo el frijol que se producía en México era adquirido por la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) a un precio de garantía previamente fijado. Con ello se aseguraba dar certidumbre y un buen ingreso al productor; suministrar al consumidor un producto a precio accesible y evitar la especulación manteniendo una reserva mínima del alimento. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010)

Todo cambió con el ajuste estructural de la economía y la apertura comercial. Desaparecieron los precios de garantía y la CONASUPO, instrumento de Estado para garantizar el abasto popular. A partir de 2008 se abrió totalmente la frontera al frijol importado de Estados Unidos de América y Canadá, dándole entrada al grano, ya sea porque viene a precio ‘dumping’ o de contrabando; esto derrumba el precio del frijol mexicano. Con todo y que se suponía que el TLCAN, iba a proteger al frijol desde 1994 a 2008, las importaciones y el contrabando todos esos años rondaron las 100 mil toneladas anuales, 172 mil toneladas en 2009. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010)

Sin embargo, el país tiene capacidad de producir un millón cien mil toneladas de las diversas variedades de frijol que consume. Si se importa la leguminosa es por conveniencia de los grandes importadores-comercializadores para lucrar más y por deficiencia de SAGARPA, que no ha promovido la elevación de la productividad mediante el desarrollo y transmisión de tecnología.

En los últimos años, SAGARPA a través de ASERCA, ha intentado regular el mercado para ofrecer un mejor precio a los productores y un precio más accesible a los consumidores. Establece un precio de referencia y apoyos a la comercialización; pero la visión de la política agroalimentaria federal es muy restringida, ya que tiene demasiada confianza en los ajustes automáticos del mercado y su óptica es de comercialización, no de seguridad y soberanía alimentarias. Pone énfasis en los comercializadores, sobre todo en los grandes y descuida los dos polos del proceso: los productores campesinos y los consumidores. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010)

La política federal no tiene en cuenta varios factores que constituyen el problema, no fallas sino verdaderos factores perversos del mercado: en primer lugar, la presión de nuestros vecinos del norte que buscan colocarnos su frijol, aun castigando su precio para adueñarse de nuestro mercado. En segundo lugar, porque los apoyos a la comercialización se concentran en las grandes comercializadoras y en los intermediarios que han tenido más capacidad organizativa, experiencia, capital previo, etc., no sólo para tener acceso sino para acaparar dichos apoyos. En tercer lugar, porque el volumen de producción que es apoyado por los subsidios federales no es suficiente como para regular el mercado. (Acosta-Gallegos, y otros, 2010)

3.7 Poder de negociación.

(R., 2005) Describen que las alianzas estratégicas como “acuerdos de cooperación entre empresas procedentes de distintos países que son competidores reales o potenciales. Las alianzas estratégicas van desde empresas conjuntas formales, en las que dos o más empresas tienen la misma participación accionaria, hasta acuerdos contractuales de corto plazo, en virtud de los cuales dos compañías pueden acordar cooperar respecto a un problema particular”

Las alianzas estratégicas son acuerdos de cooperación entre las compañías que van más allá de los tratos normales entre una compañía y otra, pero que no llegan a hacer una fusión o una sociedad en participación, en sentido estricto con los lazos de propiedad formales. (Aguilar, 2003)

Otros autores la definen como método de globalización que consiste en establecer sociedades entre la organización y una compañía foránea en las que las partes comparten recursos y conocimientos para desarrollar productos nuevos o construir instalaciones fabriles. (Sesto, 2001)

3.8 Orígenes del frijol

En México existe la leyenda de un dios en forma de serpiente, pero cubierto de plumas, de nombre Quetzalcóatl, quien creó nuestro mundo y nos creó a nosotros. Quetzalcóatl también se preocupó por darnos alimento, y fue por eso que se convirtió en hormiga negra, para ir detrás de la hormiga roja y conseguir el maíz que nos daría fuerza. Pero el maíz no era suficiente, Quetzalcóatl quería sacar el maíz negro, el blanco, el frijol, la chíya y todos los alimentos que había en el cerro de la subsistencia, para lo cual llamó a náhuatl para que destrozara el cerro con su rayo y los dioses de la lluvia arrebataran el alimento que ahí había. La ciencia ahora nos dice que debieron existir al menos dos de esos cerros.

El frijol tuvo un solo origen como legumbre salvaje hace más de 168,000 años en alguna parte de América. En su ir y venir por los bosques y selvas americanas, el frijol mesoamericano salvaje dio lugar a una variedad diferente, la de los Andes, hace aproximadamente 165,000 años. Para ese momento las dos subespecies tenían semillas de tamaño pequeño y aunque había mayor variedad entre los frijoles salvajes mesoamericanos, no era comparable con la variedad que conocemos actualmente.

La domesticación fue la que logró generar la gran diversidad de frijoles que conocemos, además de aumentar el tamaño de su semilla y la cantidad de semillas por vaina, así como la cantidad de vainas por planta. Este asombroso proceso por el cual pasaron también el maíz, la calabaza y el chile —el resto de sus compañeros en el cultivo de la milpa— no sólo sucedió en México, sucedió también en Sudamérica.

Para llegar a esta conclusión no basta con echarle más agua a los frijoles, un grupo de investigadores de distintos institutos y universidades en Estados Unidos y Francia, liderados por Jeremy Schmutz, obtuvieron un borrador del insondable genoma del frijol salvaje, *Phaseolus vulgaris*. Y con 80% de la secuencia total del genoma, lograron contar buena parte de su historia.

La domesticación deja huellas indelebles en los genes. Al compararse los genes de los frijoles silvestres con los genes de los frijoles domesticados podemos encontrar aquellos que jugaron un papel importante en la domesticación tienen uno o varios cambios en su secuencia, pero con una característica importante: siempre son los mismos y siempre están ahí. Están fijados.

Las cosas no fueron tan sencillas para Jeremy y su equipo. Ellos estaban encontrando dos versiones de estas variaciones fijas, dos maneras de convertir un frijol salvaje en uno digno de la cocina, encontraron la historia de dos frijoles.

Al ver con mayor detalle la secuencia de las diferentes variedades de frijol que habían secuenciado –aparte del genoma del frijol salvaje, Jeremy y sus colegas secuenciaron 160 variedades de frijol cultivadas a lo largo de toda América–, encontraron que había ciertas adaptaciones para diferentes zonas. Por ejemplo, una mayor resistencia a la altura y el frío en las variedades andinas. Había entonces dos adaptaciones, dos historias dentro de los genomas.

Hay más dentro de las mutaciones que adaptaciones y cambios fisiológicos, también hay cambios en la secuencia de los genes, que parecen no modificar de gran manera las capacidades o cualidades de la planta. Se les llama mutaciones neutrales, son mutaciones que ni benefician al individuo, ni lo perjudican, pero generan un cambio en su genoma. El ritmo con el que estas mutaciones aparecen es casi constante, como el de las agujas de un reloj, y al contarlas se puede calibrar el paso del tiempo, se puede calcular un reloj molecular. En el caso de estos dos frijoles, su reloj nos cuenta que ambas domesticaciones sucedieron –en México y en alguna región de Sudamérica–, hace cerca de 8,000 años.

Solamente con las secuencias de ADN de los frijoles y su punto de origen los investigadores de este estudio lograron sacarles un buen caldo a sus frijoles. Nada mal para investigadores que, al igual que el resto de nosotros, están hechos de maíz. (Casanueva, 2014)

Se originó en América Latina con dos orígenes geográficos: Mesoamérica y Los Andes. En México y América del Sur se domesticó de manera independiente hace aproximadamente 8,000 años.

Pertenece a la familia de las leguminosas junto con los chicharos, las habas, la soya, los mezquites y los huizaches. Lo que conocemos como frijol es la semilla que se extrae de la vaina ya madura, pues la vaina tierna se llama ejote y normalmente se utiliza como verdura y guarnición.

Se consumía desde tiempos ancestrales. En náhuatl, se le llamaba etl o etle y era la base de la alimentación. Servía como objeto de tributo en diferentes rituales relacionados con la fertilidad. No ha dejado de sembrarse, únicamente se ha adaptado a la forma de cultivo requerida para hacer de esta leguminosa un producto más nutritivo.

Existen más de 70 variedades, las cuales reciben su nombre en función de su coloración o del lugar en donde se producen. En México, se cultivan principalmente cuatro especies: El frijol común, la comba, el ayocote y el tepari. (Mexico, s.f.) (produccion, 2016)



fuentes propias. (propias)

4. Resultados

De acuerdo a las variables utilizadas en este documento se determinaron las siguientes preguntas con el fin de dar a conocer como son las negociaciones, las problemáticas que existen y como darle solución a dicho problema, de esta manera ver cómo mejorar las formas de comercializar el frijol en la colonia francisco villa para así poder obtener los resultados deseados. Para poder realizar este trabajo se aplicaron preguntas cerradas con opciones múltiples a diferentes campesinos con el fin de obtener la información necesaria para darle solución a dicho problema, así como también se realizó una entrevista de forma abierta a un comprador para saber las cuales son sus objetivos al comprar este producto y poder darle un mejor panorama al campesino y de esta forma poder concluir con dicho trabajo.

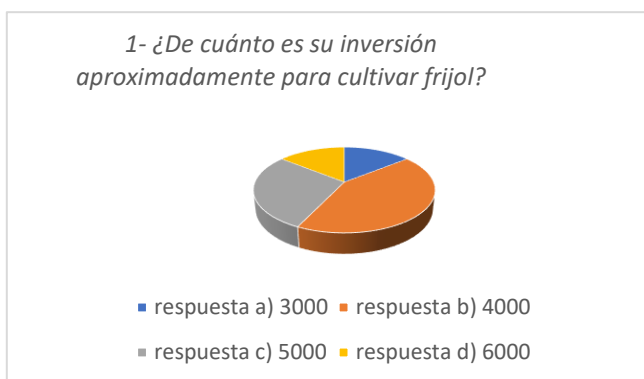
Encuesta:

1- ¿De cuánto es su inversión aproximadamente para cultivar frijol? a) 3000 b) 4000 c) 5000 d) 6000
2- ¿Usted conoce el precio por kg de frijol al momento de vender? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> ¿Por qué?
3- ¿Sabe que los compradores reducen el precio del frijol al momento de comprar? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> ¿Por qué?
4- ¿Obtiene las ganancias deseadas al vender su producto? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> ¿Por qué?
5- ¿Le gustaría recibir capacitación para incrementar sus ganancias? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> ¿Por qué?
6- ¿Cuál es su producción anual? a) 2 tl b) 3 tl c) 4 tl d) 5 tl
7- ¿Estaría dispuesto a producir la cantidad de frijol que un comprador necesita? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> ¿Por qué?

8- ¿Está usted en una sociedad de productores? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>
9- ¿piensa que estando en una organización mejoren las formas de negociación? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> ¿Por qué?
10- ¿Cree que al estar en una sociedad aumente su producción, así como sus ganancias? Si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> ¿Por qué?

Gráficas:

Gráfica 1.



Elaboración propia.

Capital que invierten productores para la producción del frijol.

El presupuesto inicial de los productores del frijol de la colonia de Francisco villa es de alrededor de \$4000 hasta \$6000 pesos mexicanos, debido a que tienen que comprar líquidos para que el frijol no se enferme o le caiga plagas ya que esto tiene que estarlo fumigando constante mente hasta que este ya este maduro, también algunos tienen que pagar el arriendo delos terrenos ya que algunos no cuentan con tierras para poder sembrar y eso conlleva a que renten las tierras.

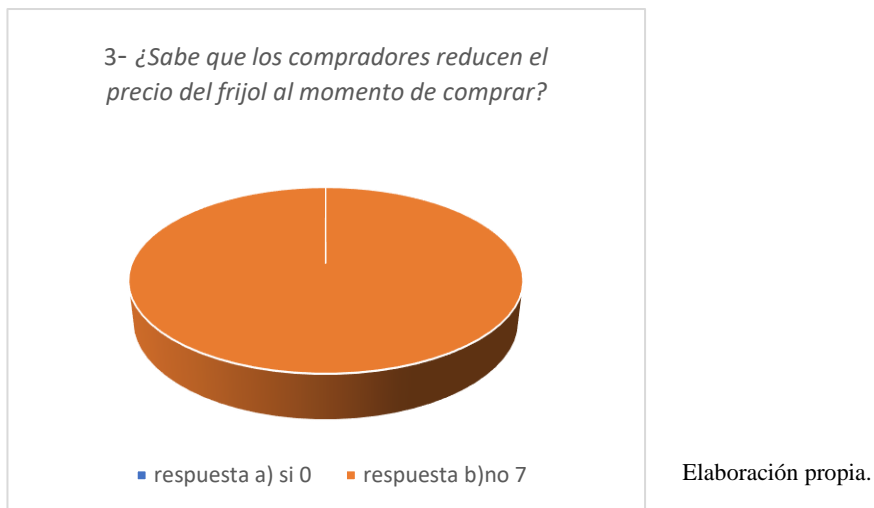
Gráfica 2.



Porcentaje de personas que conocen el precio por kg de frijol.

Se puede observar que en la colonia de Francisco villa los productores de frijol no saben el precio del frijol debido a que no están muy informados eso conlleva a que tienen que vender al precio que el comprador ofrece.

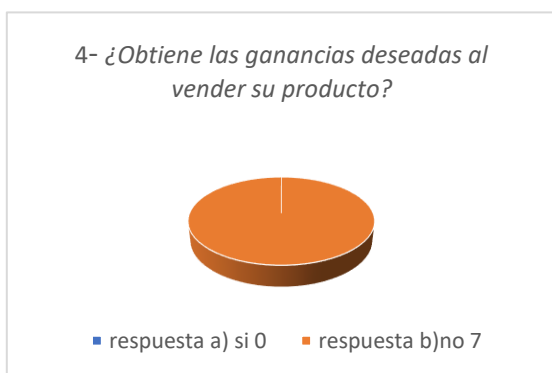
Gráfica 3.



Personas que no conocen el precio al momento de vender.

Debido a que los productores del frijol no están bien informados acerca del precio del frijol conlleva a que lo compradores aprovechen a bajarle de precio y eso hace que pierdan mucho y no generen buenas ganancias.

Gráfica 4.

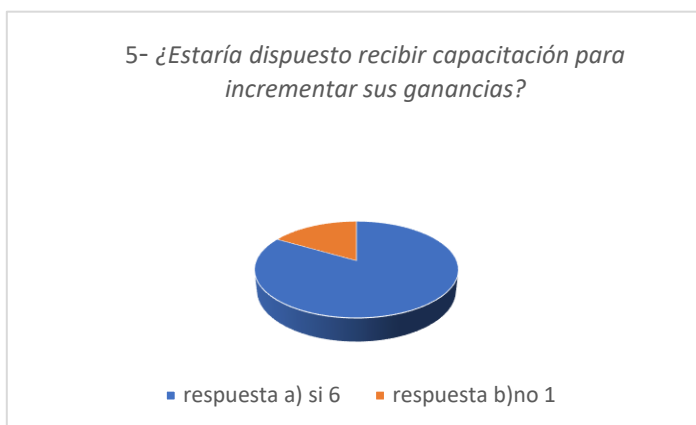


Elaboración propia.

Resultado de ganancias obtenidas de la venta.

Se determina que los productores de Francisco villa no quedan satisfechos con las ganancias obtenidas por motivos comunes, que puede llegar hacer una mala negociación.

Gráfica 5.

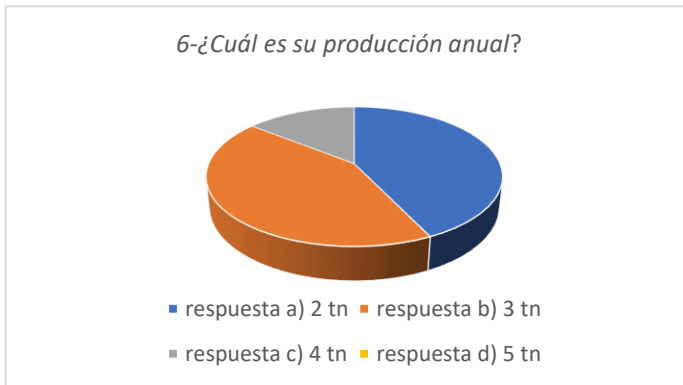


Elaboración propia.

Cantidad de productores que están dispuestos a recibir capacitación.

Los productores de frijol de Francisco villa están de acuerdo de recibir una capacitación para tener mejores conocimientos sobre las maneras de negociar con los compradores. Solamente un productor se negó de recibir capacitación.

Gráfica 6.

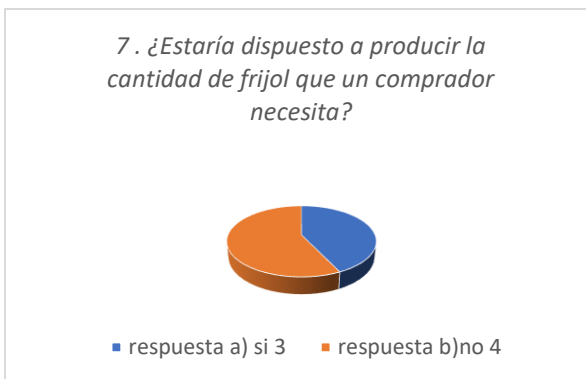


Elaboración propia.

Toneladas de frijol que se cultiva anualmente por campesino.

Los productores de frijol de la colonia de Francisco villa de la ciudad de villa flores llegan a producir la mayoría entre dos y tres toneladas en cada cosecha al año.

Gráfica 7.



Elaboración propia.

Productores dispuestos a producir la cantidad de frijol, que se necesite.

Del 100% de los productores, tan solo el 34% estaría dispuesto a vender la cantidad de frijol que requiera el comprador mientras tanto el otro 64% no está dispuesto debido al desgaste, tiempo o no cuenta con el suficiente terreno.

Gráfica 8.

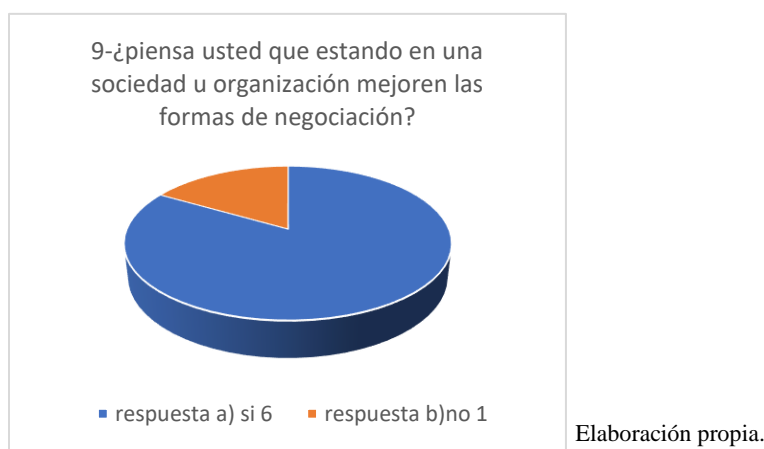


Elaboración propia.

Porcentaje de personas que están en una sociedad de productores.

Se determina que en Francisco villa los productores de frijol no cuentan con una sociedad, para darles asesoramiento al momento de comercializar sus productos, debido a eso tienen que buscar de manera individual a quien vendérselo.

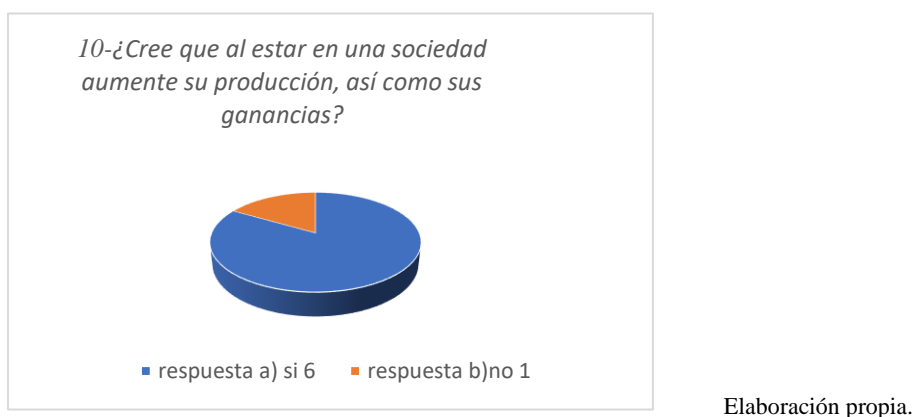
Gráfica 9.



Productores que creen que su negociación mejore al estar como sociedad.

De acuerdo a los productores de francisco villa, se determina que tendrían una mejor ventaja al estar unidos entre varios productores del mismo producto. Únicamente solo un productor opina que sería lo mismo que estar individual.

Gráfica 10.



Productores que piensan positivo al estar como sociedad.

Los productores de francisco villa están de acuerdo de que, si existe una sociedad entre ellos donde tengan mejor negociación si les sería factible estar en ella debido a que les sería muy útil y comercializarían más ya que la unión hace a la fuerza.

Tabla 2: Resultados de encuestas.

encuesta	1				2		3		4		5		6				7		8		9		10	
	3000	4000	5000	6000	si	no	si	no	si	no	si	no	2	3	4	5	si	no	si	no	si	no	si	no
total	1	3	2	1	0	7	0	7	0	7	6	1	3	3	1	0	3	4	7	0	6	1	6	1

De acuerdo a los resultados obtenidos con la encuesta realizada a los campesinos se determinó que al estar asociados en una organización ellos podrán tener más ventajas al querer comercializar dicho producto debido a que estando dentro de ella se les abrirán más puertas, ya que para empezar se les pretende dar información o capacitarlos para que sepan más acerca de cómo esta o de qué manera fluye el precio del frijol, así como también puedan trabajar como organización y al momento de hacer un pacto ellos tengan un mejor panorama de cómo son las formas de negociar y como poder llegar a un mejor acuerdo tomando en cuenta las decisiones de todos y de esta manera puedan obtener sus ganancias justas y que ellos requieren.

Preguntas:

1- ¿Cuánto tiempo lleva en este trabajo?
2- ¿Conoce el precio del frijol por kg?
3- ¿Le es difícil realizar una negociación con los campesinos?
4- ¿Cómo es su negociación?
5-¿Cuál es el proceso que debe cumplir el productor para vender su producto?

6- ¿Cuántas toneladas obtiene aproximadamente al año?
7- ¿Obtiene las toneladas que usted necesite?
8- ¿La inversión que usted realiza le da buenas ganancias?
9-¿Por qué paga más bajo?
10-¿Tiene algún establecimiento fijo?
11-¿Es usted independiente?
12-¿A quién le vende usted
13- ¿Alguna vez ha trabajado con alguna organización o sociedad de productores?
14- ¿Estaría dispuesto a comercializar con una sociedad de campesinos?
15- ¿Usted cree que al comercializar con una sociedad su negociación aumente?

En base a la entrevista que se le aplico a un comprador obtuvimos la siguiente información que será de mucho provecho y ayuda para los campesinos:

Pudimos recabar que esta persona decidió dedicarse a comprar el frijol hace aproximadamente como 5 años, ya que un familiar se dedicaba a esto mucho antes y él lo conlleva a que se dedicara a esto.

Por lo cual el conoce muy bien el precio del frijol, sabe que el precio nunca esta constante ya que hay temporadas que aumenta de valor y otras disminuye, él siempre está informándose y tiene conocimiento sobre ello, por lo que debido a esto es que él realiza o plantea la forma en que va a realizar su negociación.

para que él pueda adquirir este producto tiene que venir a esta comunidad a buscar productores y eso se le hace un poco difícil a veces, ya que no es poco probable que encuentre a productores que quieran vender al precio que el ofrece por lo que en ocasiones

le cuesta un poco realiza un trato, pero casi siempre sale favorecido debido a que ya tiene más conocimiento de cómo puede realizar un pacto.

La manera en que realiza una negociación es; como este comprador viene a dicha comunidad ya tiene plasmado un precio, pero si el campesino no quiere vender tiende a aprovechar su conocimiento y aumenta un poco más el precio y los campesinos acepten la oferta deseando que logre obtener este producto,

Debido a que la mayoría de los campesinos no pueden vender su producto fácilmente es ahí donde él realiza mejor su trato como se dijo anteriormente aumenta de precio para poder obtener la mayor parte del producto y aproximadamente obtiene unas dos o tres toneladas por campesino y eso le conlleva a que busque a más productores y les realice la misma oferta para que pueda obtener la cantidad que necesita.

En el año obtiene aproximadamente como 80 a 100 toneladas debido a que la mayoría de los campesinos no venden su producto y existen más compradores que se dedican a lo mismo y eso les genera competencia en el campo laboral.

Ésta persona transporta este producto a otro lugar donde vende a un precio más alto por lo que el genera más ganancias con el mínimo esfuerzo ya que lo que el invierte es poco y si es una buena negociación para él.

Al realizar dicha inversión si le es factible ya que si obtiene la cantidad con la que él puede abastecerse logra obtener buenas ganancias a vender en otro lugar, donde también él cuenta con transporte privado para trasladar su producto y no se le hace muy difícil el proceso de inversión.

Debido a que el negociante ya tiene más experiencia en esto, él puede manejar el precio de compra del frijol debido que los campesinos no saben si el precio sube o baja, tienen que aceptar el precio de la compra sin saber si el precio baja mucho o poco.

Actualmente no cuenta con un establecimiento fijo, por lo que cuando acumula las toneladas para cubrir el viaje este transporta el producto a otro lugar y únicamente se dedica a comprar y transportarlo, ya que se le hace más fácil y no pierde mucho tiempo.

Él siempre ha trabajado solo, debido a que él sabe dónde ir a vender, únicamente renta el vehículo donde va a transportar el producto y se regresa a comprar más, ya que el mismo realiza su negociación.


Este comprador vende su producto a otras personas particulares ya que lo traslada a otros estados de la república y como ya tiene un pacto con ellos únicamente entrega el producto y el otro ya vende con empresas que exportan a otros países.

También se pudo recabar que nunca a echo ningún convenio con alguna sociedad de campesinos debido a que la mayoría de ellos lo venden por su propia cuenta.

Al haber una sociedad u organización, el sí estaría dispuesto a trabajar con ellos debido a que sería mucho más accesible la negociación ya que él no andaría buscando campesino por campesino, Por lo que ahorraría más tiempo dinero y les favorecería más tanto a él como a los campesinos, ya que también al estar con ellos podría cubrir la cantidad de producto que el necesite.

De tal manera él también se podría mejorar y aumentar su negociación ya que les daría un precio más favorable por tonelada siempre y cuando lleguen a un buen pacto que le convenga tanto a él como a los productores de dicha comunidad.

De acuerdo a las necesidades de los campesinos tanto como la del comprador se determinó que realizar estrategias de crear una organización o alianzas de campesinos les sería muy factible a los dos ya que podrán mejorar y aumenta su nivel de negociación tanto como las ganancias que desean obtener cada uno de ellos por lo que lo investigado en este trabajo sería positivo para poder cumplir con dicho trabajo.



“Propuestas de Ventajas de
Negociación de los
Pequeños Proveedores del
Frijol en la Zona
Frailesca”



Propuestas:

1. Crear una organización de productores.

Se pretende realizar una reunión con campesinos, los cuales tienen problemas con la comercialización de su producto, donde se les otorgue la información de cómo ellos pueden crear una sociedad. Ya que tendrán algunas ventajas como:

- Facilitar el acceso a los mercados.
- Ofrecer a pequeños productores los medios necesarios para participar en diálogos de negociación entre ellos.
- Tendrán más ventajas al momento de realizar negociaciones conjuntas,
- Una gama más amplia de conocimiento sobre negociación.
- Mayores posibilidades de que en un equipo obtengan todas las habilidades y cualidades para negociar.
- Y algunas tácticas y estrategias, tanto defensivas como ofensivas.

2. Capacitarlos para que mejoren su negociación.

Dar a conocer a los campesinos como es la demanda del frijol, debido a que en la zona el frijol tiene mucha demanda, pero por algunas razones es que no pueden generar provecho de ello, las principales causas son:

Que los compradores ya tienen un máximo conocimiento de compra-venta, generan una mejor ventaja al momento de requerir dicho producto. Por esta razón es que hay que proporcionarles información a campesinos de cómo ellos pueden obtener información necesaria por medio del internet o por personas con experiencia sobre ello.

3. Aumentar su nivel de producción.

Para que los campesinos puedan aumentar el nivel de producción de frijol, principalmente tienen que generar una buena cosecha, eso conlleva a que la materia prima esté bien

cuidada, que no desarrolle ningún tipo de plagas que puedan afectar al momento de cosechar.

Por esta razón es que necesitan más apoyos para el campo, donde puedan invertir económicamente en productos para limpiar y cuidar su cultivo, de esta forma se desarrolle mejor, pueda vender más sin afectar la economía de los campesinos y genere mejores ganancias.

4. Gestionar las propuestas de los compradores.

Para poder generar mayores ganancias, se tiene en cuenta que los campesinos puedan adaptarse a mejorar las formas de cómo realizar una buena negociación con los compradores.

En base a ello principalmente deben de tener la visión que los compradores requieren, ya que ellos mismos son los que verán las opciones que cada uno les ofrecerá donde concluirán si les es favorable realizar la negociación o no.

5.- Buscar a personas con experiencia que pueda otorgarles cursos de negociación.

Definitivamente esta es una opción muy importante para los productores, ya que por base de ello podrán recabar el conocimiento adecuado que necesitan saber, principalmente estas personas se dedican a proporcionar la información adecuada por medio de pláticas y algunas dinámicas que les será de gran ayuda a los campesinos; donde les dejará un mejor conocimiento, les expandirá un poco su imaginación y podrán desarrollar mejor su punto de vista de cada uno.

6.- Hacer uso de la tecnología para la mejora de negociación de su producto.

Se pretende que al estar en la organización ellos puedan tener de gran ayuda las redes sociales ya que podrán generar una página de internet donde se les facilitara la forma de venta de su producto.

Ya que en base a ello exhibirán su producto sin necesidad de trasladarlo a otro lugar, también tendrán la ventaja de encontrar a mas compradores que estén interesado en adquirir y puedan generar negociaciones por medio de ello, sin necesidad de algún costo.

7.-Transformar la materia prima en productos terminados.

Otra ventaja es que ellos mismos pueden darle un plus, ya que tienen la capacidad de poder crear o transformar dicho producto para obtener mejor provecho de ellos, donde no tengan como única opción la forma de vender solo como materia prima. Ya que pueden crear; platillos, vender por kilos en bolsas selladas donde tengan una mejor visión.

8.-Pedir apoyos para la instalación de una bodega.

Otro punto importante sería la instalación de una bodega que compre frijol.

Ya que tendrán la ventaja de vender más y mejor, donde no tendrían muchos problemas de como transportar a otro lugar. Ahorrarían dinero, tiempo y les sería muy útil para ellos. Por lo que podrán tener un convenio o acuerdo fijando las formas de compra, venta que les seas de gran ayuda para los productores.

9.-Expulsara del grupo a personas conflictivas.

Como último punto importante, se puede resumir que para que la organización trabaje de la manera más correcta y ordenada, verifiquen a personas que no aporten nada y tomen las decisiones correctas para que puedan trabajar mejor.

Ya que sin estas personas facilitara la comunicación, serán más responsables y mejoraran las relaciones entre todos, trabajaran mejor como equipo y generaran mejor su desempeño como una organización.

5. Conclusión

El presente estudio realizado comprende a cómo proponer y estructurar una asociación de productores para tener un mejor manejo de negociación al momento de estar con un comprador. De acuerdo a las variables que fueron; precio, producción, y comercialización podremos concluir con dicho proyecto.

La creación de una Sociedad de productores es el objetivo principal ya que para los campesinos será de gran ayuda y utilidad mantener este punto importante, debido a que es la principal fuente con la que podrán realizar dicha actividad y tener más poder al momento de comercializar dicho producto debido a que si todos los campesinos se ponen de acuerdo al querer realizar dicha alianza tendrán más ventajas, de esta manera será de gran utilidad ya que al momento de estar todos unidos ningún comprador les va a pagar muy barato, ya que tendrán un mejor convenio con cualquier empresa que les quiera negociar de esta manera hay que tener una buena alianza, porque "la unión hace a la fuerza"

El precio del producto es una de las variables importantes ya que es por lo que los campesinos verán si les conviene vender el producto o no, debido a que existen campesinos que no están informados con el precio del producto ya que a cada rato varia su valor y eso es por lo que los compradores se aprovechan un poco de ellos ya que viene a comprar a un precio muy donde tienen que venderlo así y no obtengan buenas ganancias por esta razón es que hay que capacitarlos, para que estén más informados y de esta manera puedan fijar un mejor precio al momento de venta.

Nivel de producción este es otro punto importante al momento de querer comercializar ya que hay productores que cosechan poco y ahí otros que si cosechan bastante debido a eso es que decidí realizar y tener como punto principal una alianza estratégica ya que los compradores o empresas no van a venir a comprar poco frijol, sabemos que ellos invierten por toneladas y ningún productor podrá alcanzar el tonelaje que se necesitara, ahí es donde ellos unirán sus productos y así podrán cumplir con lo necesitado y desde ahí ellos tendrán más capacidad de vender bien su producto.

Y por último esta la comercialización este punto es el más importante de todos ya que dentro de este es el que se tendrá que hacer la negociación, debido a que es muy importante

que los campesinos si se unan como organización ya que les será más fácil y de mejor provecho al momento de vender su producto donde al momento de realizar un convenio ellos ya van a tener una mejor visión, ya estarán mejor capacitados, sabrán como rige y de qué manera van a actuar como organización por lo cual ellos verán si les conviene realizar su pacto o no realizarlo, pero eso lo van a decidir entre todos.

Finalmente comprobamos que la puesta en marcha de este documento será muy buena y de gran utilidad para esta región ya que a los proveedores les ayudara mucho, podrán vender de la mejor manera su producto sin tener obstáculos que los detenga ya que ellos tendrán la última palabra de ver si les conviene negociar o no, así también su venta será más segura y rápida por lo que no les costará mucho comerciar ni darlo a un precio muy bajo, donde fijaran un buen pacto y obtengan los resultados deseados.

6. Bibliografía

- Acosta-Gallegos, J. A., Sanchez, G. B., Mendoza, H., Jimenez, H., Salinas, P., Rosales, S. N., . . . y Padilla, R. J. (2010). Rendimiento y reaccion a enfermedades en frijol tipo flor de mayo en riesgo y temporal. *Rev. Mex. Cienc. Agric.*, 65-75.
- Aguilar, V. y. (2003). *Administracion Estrategica*. Tlaxiaco, Coahuila; Mexico.: Universidad Autonoma de la Laguna.
- Arias R., J. y. (2001). Tecnologia para la produccion y manejo de semilla de frijol para pequeños productores. *Buenas Practicas Agricolas*, 56.
- Ariño, A. (2008). Las imprescindibles alianzas estrategicas. *Revista de antiguos alumnos del IEEM*, 54-60.
- casanueva, a. B. (14 de octubre de 2014). <https://tengaparaqueseentretenga.wordpress.com/2014/10/14/la-historia-de-dos-frijoles-la-historia-de-todos-los-frijoles/>. Obtenido de <https://tengaparaqueseentretenga.wordpress.com/2014/10/14/la-historia-de-dos-frijoles-la-historia-de-todos-los-frijoles/>
- Casanueva, a. B. (14 de octubre de 2014). <https://tengaparaqueseentretenga.wordpress.com/2014/10/14/la-historia-de-dos-frijoles-la-historia-de-todos-los-frijoles/>. Obtenido de <https://tengaparaqueseentretenga.wordpress.com/2014/10/14/la-historia-de-dos-frijoles-la-historia-de-todos-los-frijoles/>
- Concepto definicion. (18 de julio de 2019). Concepto definicion. Recuperado el 2020 de junio de 03, de Concepto definicion: <https://concepto definicion.de/calidad/>.
- Dr. Jose Armando Ulloa, M. .. (2011, julio). El frijol (*Phaseolus Vulgaris*): su importancia nutricional y como fuente de Fitoquimicos. *Cuerpo Academico de Tecnologia de Alimentos U. A.*, 6-7.

- Dr. Jose Armando Ulloa, M. e., Dr. Jose Carmen Ramirez Ramirez, & Rangel., I. B. (s.f.).
El frijol (*Phaseolus vulgaris*).
- Garcia, O. (s.f.). Alianzas estrategicas simples, agiles y eficaces. mailxmail, 4-8.
- Jesús Hernando Arias Restrepo, Martínez., T. R., & Carmona, M. J. (2007). Buenas
Practicas Agricolas. Colombia: Ctp Print Ltda.
- Lazaro., P. L. (2020). Mercado del frijol, situacion y prospectivas. CDRSSA, 2-3.
- mexico, g. d. (s.f.). <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/el-frijol-origen-y-beneficios/>.
Obtenido de <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/el-frijol-origen-y-beneficios/>.
- Mexico, g. d. (s.f.). <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/el-frijol-origen-y-beneficios/>.
Obtenido de <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/el-frijol-origen-y-beneficios/>.
- Prado, L. d. (1995). boletin de lecturas sociales y economicas. EUA: Harvard Business
school.
- produccion, D. d. (05 de 03 de 2016). Modo de produccion. Recuperado el 03 de 05 de
2020, de Modo de produccion: <https://definicion.mx/modo-modo-produccion/>.
- propias, f. (s.f.).
- R., H. C. (2005). UN enfoque integrado. Administracion Estrategica.
- Rosales, R. A. (1999). Alternativas de produccion para el cultivo de frijol en el Estado de
mexico. INIFAP, 56.
- Rural, S. d. (28 de junio del 2019). La Importancia del Frijol en Mexico.
- Sesto, M. (2001). Teoria de la financiacion. Astra p.410.