

Ciencias Económicas y Administrativas

UN ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS UTILIZADAS EN 2022 POR LOS COMERCIANTES DE FRIJOLES (*PHASEOLUS VULGARIS*) AL DETALLE PARA GARANTIZAR LA RENTABILIDAD EN LA CIUDAD DE MATAGALPA, NICARAGUA.

AN ANALYSIS OF THE STRATEGIES USED IN 2022 BY RETAIL BEANS (*PHASEOLUS VULGARIS*) MERCHANTS TO ENSURE PROFITABILITY IN THE CITY OF MATAGALPA, NICARAGUA.

Dr. Jorge L. Icabalceta, PhD ¹.

Br. Sergio Leonel Chavarría Araica ².

Br. Raúl de Jesús Ortez Lanzas ³.

RESUMEN

Esta investigación se enfocó en identificar las estrategias de manejo de la estacionalidad para garantizar la rentabilidad positiva del comercio al detalle de frijoles por pequeños comerciantes en la ciudad de Matagalpa en el año 2022. Para tal fin se recolectó información sobre los comerciantes del frijol al detalle y las estrategias utilizadas por ellos para tal fin. En la revisión bibliográfica no se logró encontrar estudios que hayan abordado este tema y, por lo tanto, se decidió explorar este tema sin una hipótesis sobre su realidad. Los resultados indican que los comerciantes encuestados son en su mayoría hombres mayores de 50 años con un máximo de educación secundaria y con 30 años de experiencia en el comercio de frijoles. Asimismo, la mayoría de los encuestados son cabezas de familia con 2-3 dependientes y obtienen un ingreso neto entre C\$10,000 y C\$15,000 mensuales. Estos comerciantes operan principalmente establecimientos propios con mayormente capital propio. Para un buen número de estos comerciantes el comercio del frijol es una de las entradas principales de sus negocios, pero también ofrecen una variedad amplia de abarrotes del hogar. Se identificaron 11 estrategias utilizadas por los comerciantes para garantizar una rentabilidad positiva del comercio de frijoles. La estrategia más utilizada es cotizar precios regularmente en el mercado municipal norte de la ciudad (42%). Otras estrategias mencionadas son compras graduales y frijoles de buena calidad. Cabe mencionar muchas de estas estrategias suelen ser implementadas simultáneamente. De esta manera se logró constatar que los comerciantes utilizan la estacionalidad de precios para su beneficio, de tal manera que el estudio logró confirmar que ellos obtienen mayormente una rentabilidad positiva.

PALABRAS CLAVE: COMERCIO DE FRIJOLES, ESTACIONALIDAD DE PRECIOS, PEQUEÑOS COMERCIANTES, COMERCIO AL DETALLE.

ABSTRACT

This research focused on identifying seasonality management strategies to guarantee the positive profitability of the retail sale of beans by small merchants in the city of Matagalpa in the year 2022. For this purpose, information on retail bean merchants was collected and the strategies used by them for this purpose. In the bibliographic review, it was not possible to find studies that have addressed this topic and, therefore, it was decided to explore this topic without a hypothe-

1. Profesor Titular, Doctor en Economía Agrícola por la Universidad Estatal de Luisiana (2001). Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-FAREM-Matagalpa). correo: jlim@jorgeicabalceta.com
2. Licenciado en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Correo: chavarría_sergio@yahoo.com
3. Licenciado en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Correo: rjortez7@gmail.com



Ciencias Económicas y Administrativas

sis about its reality. The results indicate that the merchants surveyed are mostly men over 50 years of age with a maximum of secondary education and with 30 years of experience in the bean trade. Likewise, the majority of respondents are heads of households with 2-3 dependents and earn a net income between C\$10,000 and C\$15,000 per month. These merchants mainly operate their own establishments with mostly their own capital. For a good number of these merchants, the bean trade is one of the main entrances to their businesses, but they also offer a wide variety of household groceries. Eleven (11) strategies used by merchants to ensure positive profitability from bean trading were identified. The most used strategy is to quote prices regularly in the northern municipal market of the city (42%). Other strategies mentioned are gradual purchases and good quality beans. It is worth mentioning that many of these strategies are usually implemented simultaneously. In addition, it was possible to verify that merchants use price seasonality for their benefit, in such a way that the study was able to confirm that they mostly obtain a positive profitability.

KEYWORDS: BEAN TRADE, PRICE SEASONALITY, SMALL TRADERS, RETAIL TRADE.

INTRODUCCIÓN

A nivel de América Latina y, en particular, a nivel de Nicaragua, el consumo del frijol (*Phaseolus vulgaris*) es una tradicional histórica. De acuerdo con la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural de México (SADRM) (2020) "...en el mundo se conocen alrededor de 150 especies de frijoles... Hallazgos confirman que el frijol era cultivado en Mesoamérica hace ya 8,000 años y que fue una de las principales especies que se integró a la dieta básica de las culturas indígenas..."

Es por eso que el frijol es, junto con el maíz, el principal alimento consumido por la población de Nicaragua. A como puede observarse del Cuadro 1, en el periodo entre 2016 y 2022 en promedio se cultivaron 337.56 miles de manzanas de frijol y la producción ascendió, en el mismo periodo, a un promedio de 4.44 millones de quintales. Se puede observar que las áreas y la producción se ha mantenido, o sea, han variado poco en magnitud. Eso refleja la importancia del cultivo del frijol para los nicaragüenses. Estas cantidades permiten apreciar la importancia económica y nutricional de este rubro para la población del país.

Cuadro 1. Area y producción de Frijoles de Nicaragua, 2016 - 2021

Año	Area, Mz	Producción, QQ
2016	355,126.38	4,073,070.93
2017	319,146.42	4,262,608.54
2018	326,246.42	4,348,480.50
2019	325,921.24	4,344,291.00
2020	344,760.38	4,650,587.55
2021	345,700.42	4,631,404.05
2022	346,000.00	4,780,000.00
Promedio	337,557.32	4,441,491.80

Fuente: Elaboración propia en base a datos de FAOSTAT

Ciencias Económicas y Administrativas

En el presente, el frijol en Nicaragua constituye la principal fuente de alimento después del maíz. En este sentido, el frijol es la fuente principal de proteína vegetal. Según SADR (2020) "... Los frijoles contienen carbohidratos complejos y entre las vitaminas que aportan se encuentran las del complejo B, asimismo, tiamina, riboflavina, niacina, ácido fólico y son una fuente importante de hierro, magnesio, potasio, zinc, calcio y fósforo..."

Si a la importancia en la dieta se le suma la importancia económica del frijol, es obvio que puede considerarse al frijol como un cultivo de importancia estratégica para la dieta de los nicaragüenses. En primer lugar, para el año 2022 se estimó un consumo de 43.2 libras per cápita (3 millones de quintales de frijol en consumo aparente / 6,941.560 habitantes).

En segundo lugar, dada la importancia del frijol para la dieta de Nicaragua y los países centroamericanos, el frijol se ha venido perfilando como un producto de exportación. Por ejemplo, según el MAG (2023) "...en Nicaragua el cultivo de Frijol Rojo ha mostrado un crecimiento sostenido durante los últimos años, garantizando el consumo nacional e impulsando el crecimiento de las exportaciones, las cuales en el año 2022 cerraron con 115.8 millones de dólares, 28.3% superior al año anterior. Los principales Países destinos son Costa Rica, El Salvador, Honduras, Estados Unidos, otros..."

Dada la importancia de este rubro a nivel nacional, cabe hacer la pregunta sobre el desempeño de los agentes económicos en los distintos niveles de producción, distribución y consumo de este producto. De todos los eslabones mencionados, uno de los menos estudiado es el de los pequeños comerciantes del grano en los cascos urbanos. Es por eso por lo que la presente investigación se centra en el desempeño de los pequeños comerciantes detallistas de este rubro en el casco urbano de la ciudad de Matagalpa, Nicaragua

MATERIALES Y MÉTODOS

La revisión de literatura se enfocó en tres conceptos claves: comercio al detalle de frijoles, estacionalidad y variabilidad de precios, y estrategias para garantizar la rentabilidad positiva en el comercio al detalle de frijoles.

Castillo (2007) argumenta que la estacionalidad de los precios es un patrón de comportamiento que se repite regularmente completándose una vez cada doce meses. Tal comportamiento regular puede originarse por estacionalidad de la demanda, de la oferta y del mercadeo, o de una combinación de ambas.

Según Delgadillo et al. (2015), en cuanto a la estacionalidad de precios del frijol a productores, en los periodos de salida de la cosecha los precios tienden a bajar a causa del aumento de cantidad ofertada. Por ejemplo, en Nicaragua dicha situación se presenta en el tiempo de cosecha de "primera" que se lleva a cabo entre los meses de julio y agosto.

En el Gráfico 1 se puede apreciar como el efecto de la estacionalidad de precios genera una considerable oscilación en los precios de la comercialización de frijoles, periodo 2021-2022. A finales del año 2022, una libra de frijoles costaba entre 36 y 40 córdobas en los mercados y pulperías. Según los precios registrados por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE) esto es más del

Ciencias Económicas y Administrativas

doble de lo que se pagaba en el año 2021.

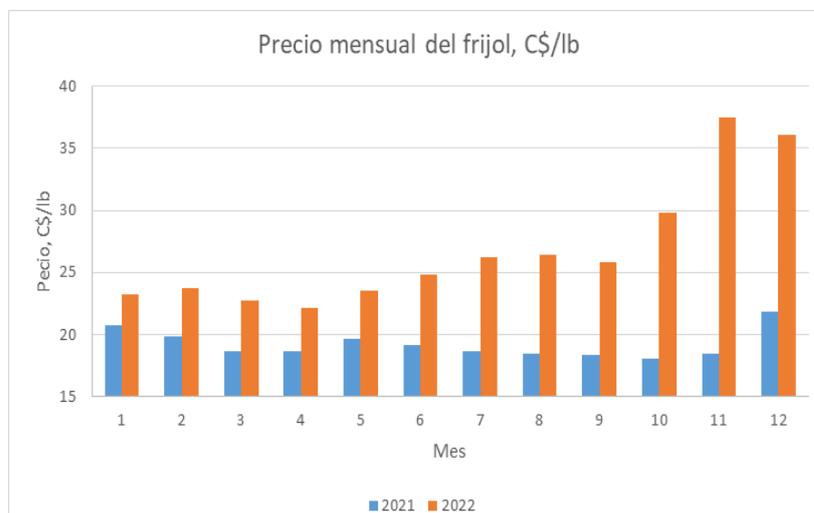


Gráfico 1. Comportamiento de los precios al detalle del frijol en Nicaragua 2021 -2022
Fuente: elaboración propia en base a datos del INIDE

Según Gil (2022) la volatilidad es un término que hace referencia a la variación de la trayectoria o fluctuaciones de los precios de bienes y servicios. Este fenómeno es más notorio y representa un mayor riesgo cuando el precio oscila mucho y muy rápido.

La revisión bibliográfica identificó varios estudios relacionados con el comercio y producción de frijoles en varios países latinoamericanos (Blandón (2011); CATIE (2016); Escobedo et al (2009); Solís (2017); y otros)

Por último, en la revisión bibliográfica no se encontró información sobre estudios realizados para analizar el efecto de la estacionalidad en los ingresos de los comerciantes de frijol al detalle. Por eso, esta investigación tuvo como objetivo identificar en la práctica las estrategias que utilizan los pequeños comerciantes de frijoles para garantizar una utilidad neta positiva en su actividad económica.

Para el trabajo de campo se identificó a la población a la cual se le aplicó el estudio. En este caso la población objetivo estaba integrada de los comerciantes de frijoles al detalle del Mercado norte, Mercado sur y barrios aledaños de la ciudad de Matagalpa. Se seleccionó una muestra de 50 comerciantes a los cuales se le aplicó un cuestionario debidamente diseñado. De los 50 comerciantes se tomaron 5 para llevar a cabo un grupo focal y por último la entrevista fue aplicada a uno de los comerciantes más reconocidos por su trayectoria en el ámbito comercial.

Ciencias Económicas y Administrativas

RESULTADOS

En términos de la característica socioeconómica, una mayoría considerable de los encuestados son hombres mayores de 50 años con un máximo de educación secundaria. Asimismo, la mayoría de los encuestados son cabezas de familia con 2-3 dependientes y obtienen un ingreso neto entre C\$10,000 y C\$15,000 mensuales. Estos comerciantes operan principalmente establecimientos propios con mayormente capital propio. Para un buen número de estos comerciantes el comercio del frijol es una de las entradas principales de sus negocios, pero también ofrecen una variedad amplia de abarrotes del hogar.

En términos de la comercialización de frijoles, los comerciantes expresaron que compran frijoles una vez por semana en cantidades de entre 2-5 quintales. Expresaron que por lo general logran vender el frijol a un precio mayor que el precio al cual compraron y, por lo tanto, se puede decir que en general ellos obtienen una rentabilidad positiva en esta actividad.

En el cuadro 2 se muestra las variedades de frijol comercializadas y su potencial porcentaje de demanda en el mercado. Un 20% de los comerciantes encuestados afirma que el frijol más demandado dentro de su negocio es el frijol rojo con un 80% de las ventas, seguido el frijol Güaniseño con un 5%. El frijol H se sitúa con un 5% y de igual forma el frijol Estelí con un 5% de las ventas. Por otro lado, el 40% de los comerciantes encuestados mencionó que el frijol Rojo presenta una demanda mayor dentro de su negocio (un 90%) de las ventas.

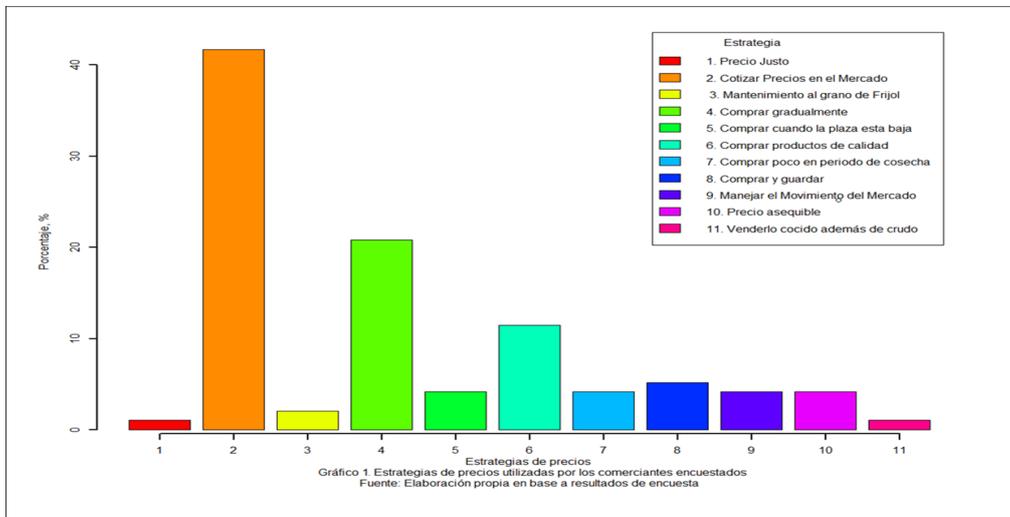
Cuadro 2. Variedades de frijoles ofertadas por los comerciantes encuestados

Variedades	N	Mean	Sd	Median	Min	Max	Range	Se	Q0.2	Q0.4	Q0.6	Q0.8
Frijol Rojo	50	88.12	10.05	90.00	70.00	100.00	30.00	1.42	80.00	90.00	90.00	100.00
Guaniseño	21	10.26	4.76	10.00	2.50	20.00	17.50	1.04	5.00	10.00	10.00	15.00
Frijol H	23	9.59	5.75	10.00	2.50	20.00	17.50	1.20	5.00	5.00	10.00	13.00
Estelí	13	12.15	8.73	10.00	3.00	30.00	27.00	2.42	5.00	5.00	12.00	20.00

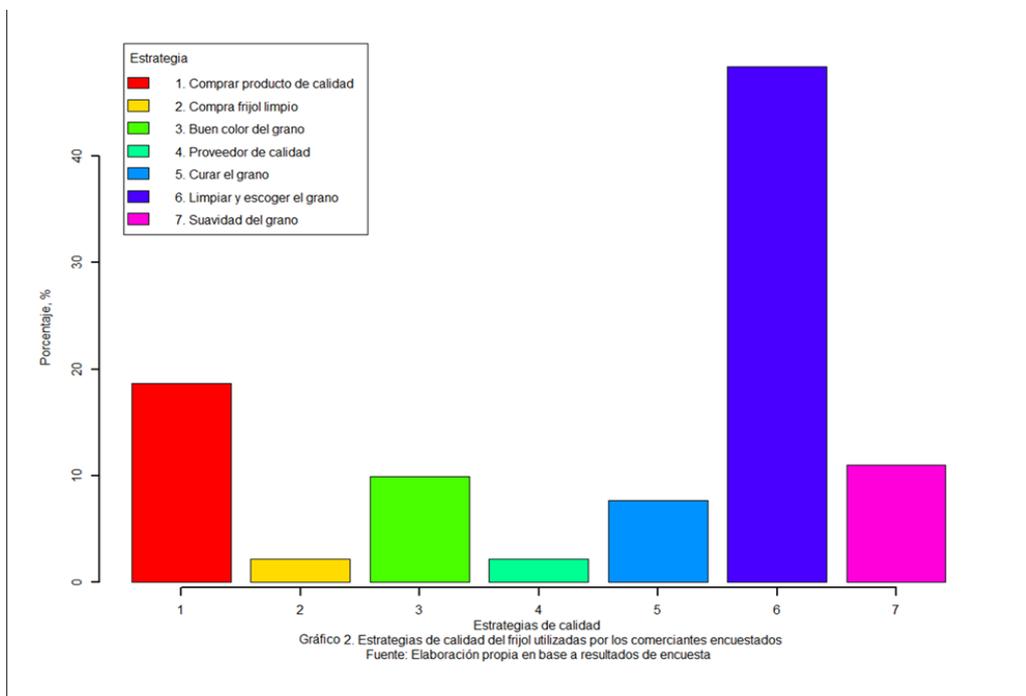
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de encuesta

El Gráfico 1 muestra las estrategias utilizadas para garantizar un precio de venta mayor al precio de compra al momento de adquirir y comercializar el frijol. Los resultados señalan que la estrategia más utilizada por los comerciantes encuestados con 41.66% hace referencia a la cotización de precios en el mercado, por su parte, comprar gradualmente se considera como la segunda estrategia más utilizada por los comerciantes con un 20.83%. Se observa que, comprar un producto de calidad es la tercera estrategia más utilizada por los comerciantes con un 11.45%. Cabe mencionar que estas estrategias se implementan para reducir el riesgo provocado por la volatilidad de precios

Ciencias Económicas y Administrativas



El Gráfico 2 muestra las estrategias utilizadas para garantizar la buena calidad del grano de frijol, esto con el fin de que tenga una potencial aceptación por parte de los consumidores, en este caso los clientes, al momento de ser comercializado. El 48.35% indica que limpiar y escoger el grano es la estrategia más utilizada por parte de los comerciantes encuestados. Por otro lado, se considera como una buena estrategia, con el 9.89%, el buen color del grano para captar la atención de los clientes. Una de las estrategias menos utilizadas con un 2.19% se refiere a comprar frijol limpio.



Ciencias Económicas y Administrativas

CONCLUSIONES

A través de este estudio se logró constatar que los comerciantes utilizan la estacionalidad de precios para su beneficio, de tal manera que el estudio logró confirmar que ellos obtienen mayormente una rentabilidad positiva. Por otro lado, los comerciantes ya cuentan con un conjunto de estrategias, tanto para garantizar la rentabilidad, así como también para garantizar la calidad del grano en este ejercicio económico. Asimismo, la mayoría de los comerciantes tienen bastante experiencia a la hora de comercializar frijoles y esto les da una gran ventaja para obtener el mínimo de pérdidas posibles. Por último, a lo largo de la investigación se pudo describir el comercio al detalle de frijoles en la ciudad de Matagalpa, segundo semestre del año 2022, esto fue posible debido a que se utilizó herramientas de carácter investigativo para recopilar la información deseada para darle solución a la problemática planteada.

RECOMENDACIONES

Se recomienda extender dicha investigación a otros municipios o departamentos del país, para brindar información más amplia sobre la situación del comercio de frijoles en Nicaragua. Se recomienda a los comerciantes monitorear la salida del frijol al exterior del país ya que esto influye en la cantidad ofertada, y la posterior comercialización del producto e influye en la rentabilidad.

REFERENCIAS

- Blandón Treminio, A. M. (2011). Comercialización del cultivo del frijol rojo en el departamento de Carazo. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://repositorio.unan.edu.ni/12473/1/2772.pdf&ved=2ahUKEwjwibup7aL_AhUBRzABHXs6CkwQFnoECA4QBg&usg=AOvVaw3IXfLIJLgTH1Vn7v_h_nPG
- Castillo, O. (2007). ESTACIONALIDAD, CICLOS Y VOLATILIDAD EN LOS PRECIOS DEL GANADO MACHO DE LEVANTE EN MONTERÍA, COLOMBIA. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-02682007000100005
- CATIE (2016). Cadena de Valor del Frijol de Guatemala. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Adriana-Escobedo-Aguilar/publication/333433480_Cadena_de_Valor_del_Frijol_de_Guatemala/links/5ced9eed299bf109da771cba/Cadena-de-Valor-del-Frijol-de-Guatemala.pdf
- Delgadillo Chavarría, Álvaro Marcelo and Gómez García, Jerlyn Argenis (2015) Análisis de la producción, exportaciones y precios del frijol (*Phaseolus vulgaris*) de Nicaragua periodo 2011-2013. Licenciatura thesis, Universidad Nacional Agraria, UNA. <https://repositorio.una.edu.ni/3223/1/tne70d352.pdf>.
- Escobedo, A., Mojica, C., & Gutierrez, R. (2009). Frijol de Nicaragua. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Adriana-Escobedo-Aguilar/publication/333433367_Cartilla_del_Estudio_de_la_Cadena_de_Valor_de_frijol_de_Nicaragua_enfasis_en_mercado/links/5ced9a09a6fdcc18c8e968a7/Cartilla-del-Estudio-de-la-Cadena-de-Valor-de-frijol-de
- Gil, S. (2022). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/volatilidad.html#:~:text=La%20volatilidad%20es%20un%20t%C3%A9rmino,ese%20precio%20es%20muy%20vol%C3%A1til>

Ciencias Económicas y Administrativas

<https://www.mag.gob.ni/index.php/noticias?view=article&id=67:produccion-de-frijol-rojo-nicaraguen-se&catid=11#:~:text=En%20Nicaragua%20el%20cultivo%20de,28.3%25%20superior%20al%20a%C3%B1o%20anterior.>

Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020). Frijol, historia y sabor. Obtenido de <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/frijol-historia-y-sabor>

Solís Espinoza, Armando Josué (2017). Análisis Económico del Cultivo del Frijol (*Phaseolus vulgaris* L.) en Nicaragua, 1980 – 2014. Trabajo de graduación. UNA. Recuperado de <https://repositorio.una.edu.ni/3622/1/tne10s687.pdf>