

Propuesta del Proyecto: “Agricultura Local”

Integrantes:

- Emmanuel Chablé Collí
- Eusebio Ajas Santos
- Victor Cauich Davalos
- Nicolas Canul Ibarra

Problema

Normalmente en la compra de productos agrícolas, estos pasan de mano a mano hasta llegar a alguna industria en particular.













Precios no estandarizados.

Los productos terminan siempre para uso local.



Precios

Mala administración de los precios en plataformas similares

 <p>\$0 LIMÓN PERSA Tzucacab, YUC</p>	 <p>\$550 Limon Mérida, YUC</p>	 <p>\$180 Limon por caja Tekax, YUC</p>	 <p>\$25 Injertos de limón persa, naranja dulce, lima, toronja y mandarina Oxkutzcab, YUC</p>	 <p>\$875,404,849 Vendo limon Tekax, YUC</p>	 <p>\$30 limones. X kilo Tekax, YUC</p>
 <p>\$0 Alguien desea vender su limon Akil, YUC</p>	 <p>\$1 Limon persa Mérida, YUC</p>	 <p>\$300 Mañana estaré comprando limón verde Akil, YUC</p>	 <p>\$8 Naranja dulce de Veracruz de Origen Oxkutzcab, YUC</p>	 <p>\$15 Mango verde cn chile y limón Oxkutzcab, YUC</p>	 <p>\$25 Injertos de limón persa, naranja dulce, toronjas sangria y mandarin... Oxkutzcab, YUC</p>

Ventas e intermediarios

19%

Venta a
clientes no
habituales

65%

No
información
de
intermediarios



Afirman no contar con información en su comunidad acerca de los intermediarios que operan en el mercado.



Vende a otros mercados que no son sus clientes habituales, esto es porque el precio de venta que obtienen es mayor que con sus clientes frecuentes.

Referencia:

Cruz, J., Báez, L., & Nic, A. (2014). Situación actual de la comercialización de la producción de maíz y soya del municipio de tekax, yucatán. www.ecorfan.org.
https://www.ecorfan.org/handbooks/Ciencia%20Agropecuarias%20T-II/Articulo_21.pdf
Pg 10



Ejemplo de la cadena de comercialización



Figura 1. Cadena de comercialización del chile habanero

Figure 1. Supply chain of habanero pepper

Fuente: elaboración propia.

Zapata-Aguilar, J. A., Pérez-Akaki, P., & Moo-Novelo, C. A. (2020). Análisis de la cadena de comercialización del chile habanero de Yucatán y su denominación de origen. Revista CEA, 6(11), 109-125. <https://doi.org/10.22430/24223182.1406>

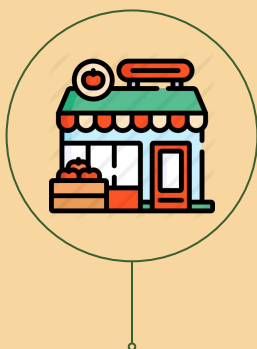
Ejemplo punto de venta del Ib

23%



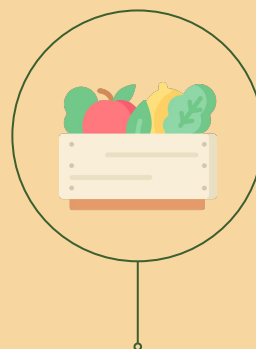
Vende en puestos de
mercado

4%



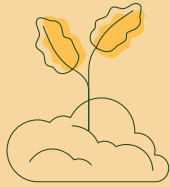
Tienda especializada o
por casa en casa

73%



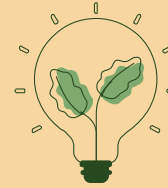
Vende en su casas

Wicab Cámara, G. (2011, noviembre). La erosión genética en el Ib (*phaseolus lunatus* L.) bajo la agricultura tradicional de la península de yucatán, México.



PROBLEMA

La venta local agrícola es de suma importancia en Yucatán, pero las compras se hacen con la gente local y no externos, de tal forma que los ingresos son mínimos por parte del agricultor.



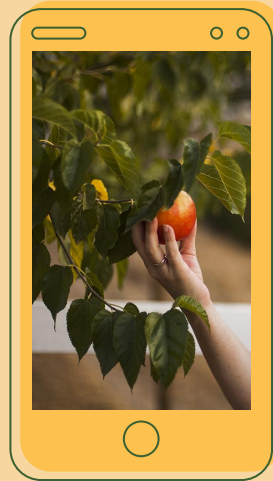
SOLUCIÓN

Una App que permita incrementar los ingresos económicos para el sector agrario y por ende influir de forma significativa en el desarrollo económico y social de la población.

APP El fruto del edén

Agricultores locales podrán publicar sus productos.

Podrían recibir los agricultores compras y propuestas con sus relación a sus productos.



Compra directa a los productores locales.

Precios reales. Se comparan precios de mismos productos, para dar un rango de precios permitido, esto para evitar precios irracionales (Actualizaciones continuas).

Soluciones similares



Facebook
Marketplace

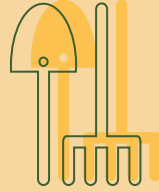


Slow Food
En Yucatán se utiliza
facebook como vía de
compra y venta



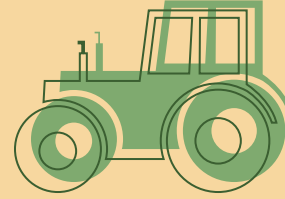
Pinduoduo
Bazar digital

Ellos



- Mal manejo en la especificación de precios

Nosotros



- Ayuda para la especificación del precio
- Proporcionar tipo de venta del producto (gr, kg, por cajas, etc.)
- Generar ofertas de venta y compra distintivos