

# Una propuesta de gestión eficiente de comercialización de productos agropecuarios para mejorar el acceso de los consumidores de Bata-Guinea Ecuatorial

## And efficient agricultural product marketing proposal to improve access to the customer in Bata-Equatorial Guinea

MBA MIKUE, Consolación N. B.<sup>1</sup>  
ROJO GUTIERREZ, Marco A.<sup>2</sup>

### Resumen

Bata, la capital económica de Guinea Ecuatorial, es el escenario de esta investigación. Un país petrolífero sin coordinación agropecuaria dependiente de importaciones. Mientras existen excedentes en el interior, en Bata hay deficiencia. Éstos hacen la comercialización directa en los mercados sin espacios físicos suficientes lo que dificulta el acceso de los consumidores. Esta investigación con el objeto de coordinar las actividades productivas y comerciales agropecuarias nacionales propone la implementación de una cadena de consumo eficiente centrada en el consumidor.

**Palabras clave:** agroproducción, eficiencia comercial, acceso, consumidor

### Abstract

Bata, the economic capital of Equatorial Guinea, is the scenario of this research. An oil country without agricultural coordination that depends on imports. While inside the country there's surplus, in Bata there is a deficiency. That makes direct business with the market and access to the customer very difficult. The topic of this research is to coordinate national production activities and commercial, and for that, proposes the creation of and efficient consumption chain consumer-focused.

**Key words:** agricultural production, business efficiency, access, consumer

---

## 1. Introducción

La persona humana desde que se hizo sedentario le surgió la necesidad de mejorar sus condiciones de vida, desde sus primeros asentamiento rurales hasta las grandes urbes actuales (Ekomo, 2017). Y con el mismo afán ha pasado de la agricultura de autoconsumo hasta las técnicas sofisticadas actuales en la consecución de alimentos demandados en cada momento para abastecer a una población en constante crecimiento.

---

<sup>1</sup> Doctoranda. Dpto. de Organización y Gestión Empresarial. Universidad Internacional Iberoamericana. México. Email: consonabi@hotmail.es

<sup>2</sup> Doctor. Dpto. de Organización y Gestión Empresarial. Universidad Internacional Iberoamericana México. Email: marco.rojo@unini.edu.mx

## 1.1. Evolución de la agricultura

Muchos autores han identificado la agricultura con la existencia del ser humano como su único medio de subsistencia. Ésta ha ido evolucionando y desde la revolución industrial del S.XVIII pasó de tradicional a mecanizada formando hoy la denominada cadena productiva y alimentaria.

A principios del S.XX se desarrolló la agricultura verde marcada por su carácter artificial donde al introducir un número reducido de especies cultivadas en lugar de la biodiversidad natural. Con el monocultivo se crearon agroecosistemas simplificados e inestables y con él la aparición de enfermedades y plagas que requieren desde entonces el uso creciente de agroquímicos (Herrera, 2013). Esta revolución verde no ha hecho más que aumentar las críticas de parte de los activistas medioambientales por su carácter artificial y sobre todo, químico.

Con la agricultura convencional se tiende a rentabilizar la producción a corto plazo pero comprometiendo las producciones futuras. La industrial, para su funcionamiento, requiere vincularse con otras cadenas. Tiene, además de los inconvenientes de la convencional, su incidencia en los problemas medioambientales por su consumo energético tanto en el transporte y distribución como en la cadena de frío y la producción de importantes desechos que alcanzan hasta un 35% de la producción mundial; y en EEUU por ejemplo, representa casi el 80 % de la totalidad de biomasa que entra en el proceso agroalimentario (Delgado, 2021).

Con la modernización de la agricultura, dice Herrera (como se citó en Pino, López, Salazar, Torre y Uytewaal, 2017) “llega el uso intensivo de las tierras y el de los insumos apareciendo con ello problemas de manejo de tierras, como la erosión del suelo, desertificación, contaminación con pesticidas y pérdida de biodiversidad” (p. 24). A pesar de que actualmente cerca del 70% de los alimentos del mundo son producidos por pequeños agricultores y consumidos en sus entornos locales (Pino et al., 2017), sin embargo, la agricultura convencional está en crisis. Económicamente, va perdiendo rentabilidad por el contraste que se ha producido en el paso del tiempo, donde los precios de destino aumentan y los de origen se mantienen, tendiendo a disminuir hasta darse casos en los que el agricultor se endeuda por no cubrir los gastos de producción.

Frente a la agricultura convencional nace la orgánica como alternativa a ésta con un enfoque ecológico. Y se define como “un sistema de producción agropecuario cuyo principal objetivo es alcanzar una productividad sostenida en base a la conservación de los recursos naturales, en la cual se restringe el uso de fertilizantes sintéticos, pesticidas, reguladores de crecimiento, etc.” (Pino et al., 2017, p. 25). Con ello, la integridad de los ecosistemas y los recursos naturales se mantendrían en los niveles normales.

La agroecología es la que viene a oponerse a la industrialización agrícola y pone en práctica el principio del desarrollo sostenible. Tiene como principio el uso de los productos naturales en todo el proceso. La producción se hace de acuerdo a las necesidades del consumidor, así minimiza la generación de desperdicios y se adapta a las condiciones y requerimientos del momento. Para su éxito es necesaria la combinación de la ciencia, la investigación y la tecnología sumadas las políticas adecuadas más la disposición de los incentivos necesarios (Hilbeck y Oehen, 2015). La agricultura orgánica obtiene su éxito en la utilización de los conocimientos agroecológicos (Pino et al., 2017).

## 1.2. Contexto y localización

Bata, la capital económica de Guinea Ecuatorial, el escenario de esta investigación, que se centra en la gestión eficiente de la comercialización de productos agropecuarios. Está situada en la costa del océano atlántico en la parte continental del país, que limita al norte con Camerún en 170Km, al Este en 110Km y Sur en 190Km con Gabón y al Oeste con el océano atlántico (figura 1).

**Figura 1**

Situación geográfica de Guinea Ecuatorial y sus principales ciudades de la Región Insular (Isla de Bioko: Malabo y Luba); de la Región Continental (Bata, Evinayong, Ebebiyín, Mbini) y las islas de Corisco, Elobeyes)



Fuente: Elaboración propia basada en Obiang, 2016

### 1.3. La población de Bata y la situación económica

Una ciudad que ha visto incrementada su población en los últimos 20 años por el éxodo rural causado principalmente por la producción petrolífera, pasando de 132.235 (censo de 2001) a 309.345 habitantes (25,2% del total del país) según el censo de 2015. Como el resto del país, sus habitantes vivían de la agricultura y después, de la madera. Desde 1992 se empezó a explotar el petróleo alcanzando su techo máximo en 2008 (Obiang, 2016). Y desde entonces la agricultura pasó al segundo plano. Sin embargo y según el Plan Director Horizonte 2020, el 76,8% de la población se sitúa bajo el umbral de la pobreza. Los ingresos petrolíferos, están destinados, según el gobierno, a las grandes infraestructuras y no a las necesidades básicas de la población como es la incentivación y promoción de la agricultura.

El país está dotado de un gran potencial agrícola por las excelentes condiciones climatológicas y edafológicas que posee. Ésto podría mejorar el nivel de vida no solo de los batenses sino de los ecuatoguineanos en general. Fue el principal activo económico y prosperó durante la época colonial y poscolonial, sobre todo, los productos agroindustriales como el café y el coco (tabla 1) cuya producción ha sido absorbida siempre por otros países pero a precios extremadamente bajos (Informe económico y comercial, 2020).

**Tabla 1**

Producción de café y coco (toneladas)  
entre los años 2006-2017

|      | 2006   | 2007   | 2008   | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Café | 1905,0 | 1395,5 | 1088,5 | 873,4 | 747,5 | 711,9 | 621,5 | 677,5 | 660,2 | 587,9 | 745,9 | 726,7 |
| Coco | 20,7   | 13,0   | 6,9    | 13,8  | 34,5  | 27,6  | 18,9  | 12,6  | 18,9  | 12,6  | 7,0   | 12,6  |

Fuente: Elaboración propia basada en los datos de Cámara de Comercio y Agrícola.

#### 1.4. Diferentes formas de comercio

Con el tiempo, la producción agrícola ha pasado de ser de autoconsumo a comercial. De hecho, en Europa se desarrollan diferentes formas de comercio como los supermercados, hipermercados, descuento (*hard-soft*) y van apareciendo novedades como son las alianzas de comercio, de empresas y las centrales de compra y comercialización con un crecimiento agresivo debido a la actual concentración comercial controlada por las grandes empresas francesas y alemanas (Mollá y Sánchez, 2000).

Sin embargo, en África, sobre todo Central, siguen dominando las prácticas tradicionales como el autoservicio y las prácticas por conveniencia; el comercio de productos hortofrutícolas, en particular, sigue imperando y el mercado ambulante predomina en Guinea Ecuatorial y en la ciudad de Bata (Mollá y al., 2000, p. 42).

Las diferentes alianzas productivas pueden denominarse asociación de productores, de comerciantes, etc., que además de ser más competentes en el mercado, sirven también para reducir costes. Además, para un país donde las producciones son individuales, esta práctica promueve el trabajo en equipo. El comercio independiente organizado que definen Mollá et al. (2000) como “las PYMES comerciales que trabajan cada vez más asociadas en redes en forma de cooperación entre minoristas, tales como los grupos de compra o cadenas de afiliación voluntaria de uno o más mayoristas y varios minoristas” (p.49). En Bata el funcionamiento es similar, solo que sus organizaciones son debilmente funcionales, eventuales, temporales y por conveniencia, sobre todo en la logística (Ekomo, 2017).

#### 1.5. El comercio y las nuevas tecnologías

Mientras en Europa el uso de las nuevas tecnologías en el sector está en alza, en África Central, a excepción de Camerún, y según los informes de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) de 2020, sigue siendo una teoría a pesar de su importancia en el reparto de producto fresco desde los orígenes a minoristas y consumidores.

#### 1.6. Repercusiones económicas

Al introducirse en Europa la producción agropecuaria comercial y con ella el tema salarial, ésta no reemplazó totalmente a los pequeños negocios familiares (Mollá et al., 2000). Este modelo de negocios caracterizado por la presencia de mujeres y sin apenas contemplar el salario, es el dominante en Guinea. Pero es evidente la necesidad de salir de esta rutina reinventándose e intentando mejorar las gestiones en el sector agropecuario como en el caso de Camerún que actualmente es el mayor proveedor de productos agropecuarios de la subregión, según informes de la FAO.

La producción agropecuaria como la alimentaria en general, se presenta como un sector dinámico. De hecho, no se vio detenido durante los peores momentos de la pandemia COVID-19, de acuerdo a la Resolución ministerial de fecha 13 de abril de 2020, se fortaleció su actividad. Y la tendencia, aunque teórica, es hacia la mejoría, siendo necesaria la introducción de factores que pongan en alza dicho sector. Para confirmar dicha tendencia habrá que analizar los elementos que la componen.

El presente trabajo analiza la producción nacional, los factores que contribuyen a su desempeño y el funcionamiento de toda la cadena de comercialización, desde el productor hasta el consumidor final. Factores directos como el clima han de definirse ya que su variación influye directamente en la producción.

## 2. Metodología

### 2.1. Justificación de la investigación

Según el Anuario Estadístico de 2018, publicado por el Instituto Nacional de Estadística de Guinea Ecuatorial (INEGE), el 25% de la población de la Región Continental se dedica a la agricultura y el del 2020 indica un 36%, este incremento se entiende por la caída de la producción petrolífera pues la gente se suma a la producción agraria. Obviamente, los mercados de la ciudad deberían estar bien abastecidos y en todo momento, sin embargo se observan deficiencias, están dispersos y sin puestos fijos. Lo que indica la falta de un sistema que facilita el tránsito de productos desde sus orígenes hasta el consumidor final, además de la existencia de un vacío legal que lo regule.

Esta situación puede servir de base para estudios e investigaciones posteriores sobre la producción, comercialización y consumo de productos agropecuarios y, además, para la implementación del sistema de información geográfica (SIG) y las comunicaciones digitales, como lo requieren los momentos actuales. Igualmente, investigaciones referidas a la producción agroindustrial y cárnica que hasta este momento no existen en el país.

### 2.2. Problema y preguntas de investigación

En los últimos años, debido principalmente al éxodo rural, la actividad agropecuaria, que principalmente era de autoconsumo, se ha visto incrementa, por el aumento de la demanda en las zonas urbanas en los últimos 20 años (Tobileri, 2018). La mayoría de los productos agrícolas se obtienen por épocas del año y en esos momentos se llenan los mercados aunque desordenadamente (Ekomo, 2017). En muchos casos la producción no llega a ser totalmente absorbida y los excedentes se llevan a la basura, y a veces el productor-vendedor no llega a cubrir los gastos efectuados. Por su parte, el comprador-consumidor, se ve perdido en el mercado buscando el producto en cuestión. Unos y otros encuentran muchas dificultades para desenvolverse en estos mercados sin espacios apropiados y definidos para los productores de venta directa.

Todo eso lleva a plantearse la siguiente pregunta: ¿Cuál es la propuesta de gestión para que la comercialización de productos agropecuarios sea eficiente y mejore el acceso de los consumidores?

Por otra parte, las respuestas a las siguientes preguntas facilitarán llegar a la solución del problema:

1. ¿Cuáles son las barreras que dificultan la comercialización de productos agropecuarios en Bata?
2. ¿Cuáles son los factores que obstaculizan el fácil acceso de los consumidores a los productos agropecuarios?
3. ¿Una propuesta de gestión detalladamente elaborada hará eficiente la comercialización de productos agropecuarios y mejorar el acceso de los consumidores?

### 2.3. Objetivos

Para ello, se plantean los siguientes objetivos:

#### 2.3.1. General:

Presentar una propuesta de gestión eficiente de comercialización de productos agropecuarios para mejorar el acceso de los consumidores de Bata.

#### 2.3.2. Específicos:

- Identificar las barreras actuales que dificultan la gestión eficiente de comercialización.

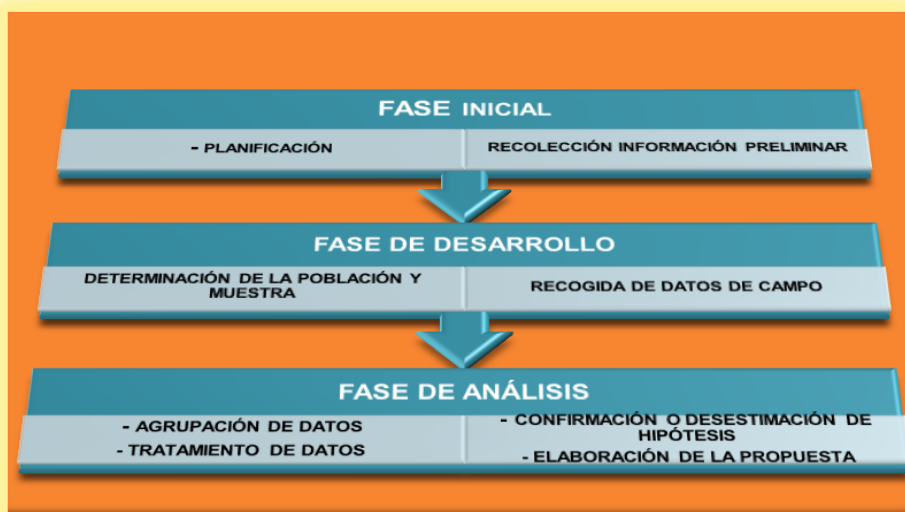
- Describir los factores que obstaculizan el fácil acceso de los consumidores a los productos agropecuarios.
- Elaborar una propuesta de gestión eficiente de comercialización de productos agropecuarios para mejorar el acceso de los consumidores de Bata.

## 2.4. Metodología de la investigación

Muchos autores coinciden en considerar a la investigación como el fundamento estructural para la modernización de cualquier sector de la sociedad. Desde esta perspectiva, investigar el problema de comercialización que se percata en la ciudad de Bata y donde el acceso de los consumidores no está siendo fácil para conseguir los productos agropecuarios, ésta constituiría una base para la construcción de una estructura organizada que además de solucionarlo, permanezca y sirva para las posibles adaptaciones de cada momento.

Al respecto, se diseñó como una investigación exploratoria y descriptiva de carácter cualitativo con enfoque participativo transversal y para la toma de datos se utilizó el método de la entrevista en profundidad. Comprendió tres fases: 1) la inicial o preparatoria, donde se planificó y se obtuvo informaciones preliminares; 2) la de desarrollo, fue la de toma de datos definitivos y 3) la de análisis, constituyó el tratamiento de la información recopilada ( ver figura siguiente).

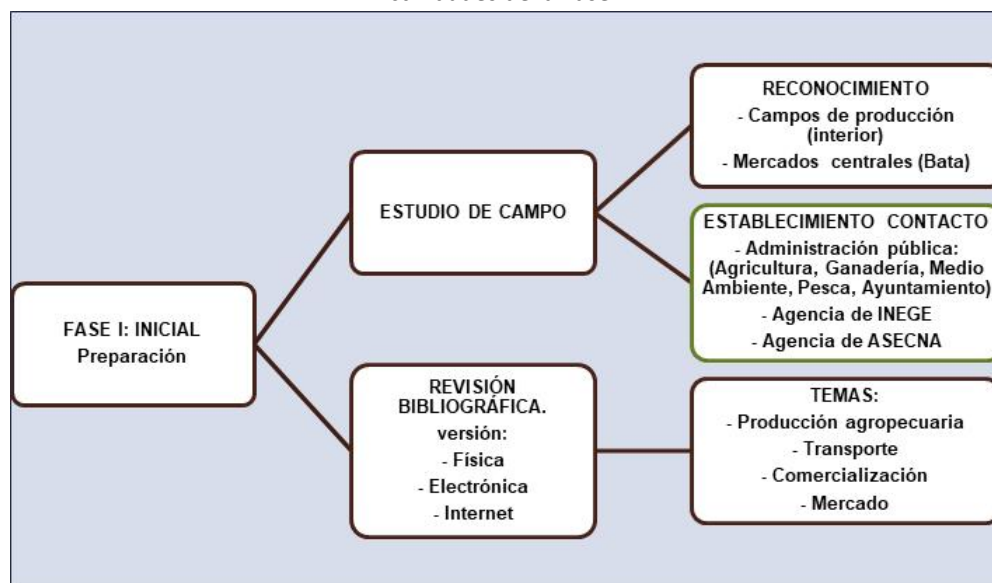
**Figura 2**  
Fases metodológicas de la investigación.



Fuente: elaboración propia basada en los datos de Reina (2015)

Para la obtención de los datos preliminares, además de la revisión bibliográfica, se hicieron visitas de exploración a los campos de producción para establecer los primeros contactos con los actores claves (productores y transportistas) de las 5 provincias que componen la Región Continental (Wele Nzás, Kie Ntem, Centro Sur, Djiploho y Litoral). Y en Bata fueron los 3 principales mercados para identificar el colectivo disponible y dispuesto a participar en los trabajos de recolección de datos. Nos referimos a vendedores, consumidores, intermediarios (compra-venta) y el gobierno municipal.

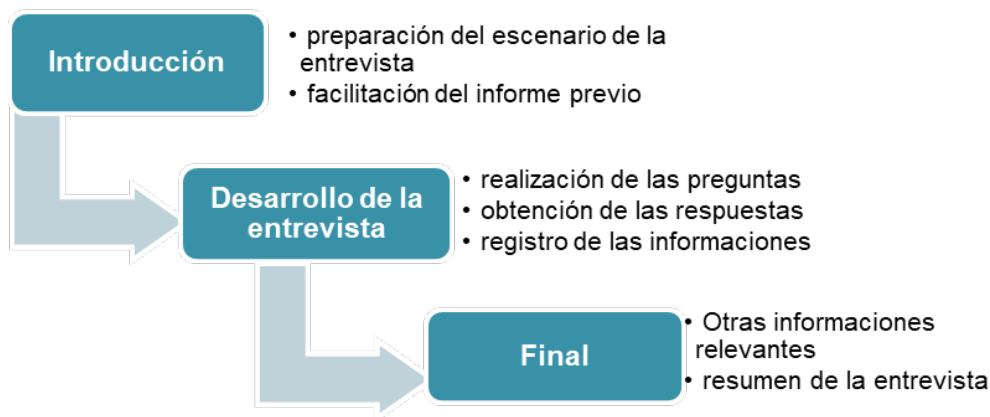
**Figura 3**  
Actividades de la Fase 1.



Fuente: Elaboración propia basada en datos de Reina (2015)

El mismo acto de la entrevista incluía una fase preliminar, la planificación, consiste en detallar cómo se llevará a cabo dicha actividad. Constó de tres momentos: 1) Introducción, breve información a los entrevistados. 2) Desarrollo, la realización de las entrevistas. 3) Final, fue la recogida de informaciones de las preguntas abiertas y aclarar las cuestiones habidas.

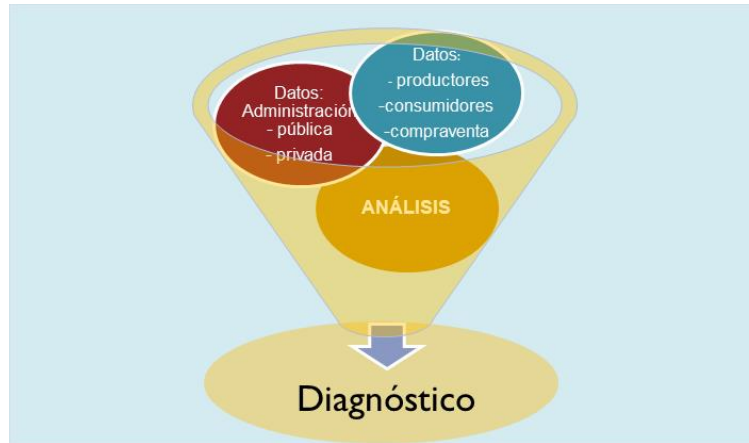
**Figura 4**  
El desarrollo de las entrevistas



Fuente: elaboración propia

Tras la obtención de datos se hizo el análisis correspondiente cuyo resultado facilitó hacer un diagnóstico de la situación actual (figura 5) y la elaboración de una propuesta de solución.

**Figura 5**  
Actividades de la Fase de análisis



Fuente: elaboración propia

## 2.5. Población y muestra

### 2.5.1. Determinación de la población

Interesa conocer el funcionamiento de la cadena productiva y comercial para ver cómo sus agentes trabajan, cuánto producen, de qué manera lo hacen, el transporte, la comercialización y las dificultades que encuentran a lo largo de todo el proceso. Para ello, se tomó como población los vendedores y compradores habituales de los tres principales mercados de Bata donde concurre la mayor parte de la población para adquirir estos productos, quedando excluidos los eventuales, los suministradores de supermercados y vecinos que llevan menos de 5 años comprando.

**Figura 6**  
Agentes excluidos de la población



Fuente: elaboración propia

### 2.5.2. Determinación de la muestra

Se consideró la población infinita por estar por encima de 200.000 personas y cuya fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2} = \frac{1,96^2 \times 0,855(1-0,145)}{0,04^2} = 297,66 \quad (\text{redondeando } 300 \text{ personas})$$

Donde:

Z nivel de confiabilidad considerado el 95%=1,96



e = el margen de error considerado es del 4%  
 p= proporción esperada es alrededor del 85,5%

**Tabla 2**  
 Indicador de nivel de confianza

|                           |      |      |      |      |
|---------------------------|------|------|------|------|
| Nivel de confianza Z      | 90   | 95   | 95,5 | 99   |
| Coefficiente de confianza | 1,64 | 1,96 | 2,00 | 2,58 |

Fuente: elaboración propia

Las encuestas se llevaron a cabo a partir de la formación de 10 grupos de 10 personas en cada mercado: 4 compradores (consumidores), 4 vendedores (productores) y 1 de compra-venta, llegando a corresponder 100 personas por mercado.

Para la encuesta se utilizó la escala de Likert de 5 puntos y para la validación de la toma de datos el coeficiente de alfa de cronbach (González y Pazmiño, 2015). Efectivamente se comprobó el nivel de homogeneidad existente entre las preguntas del cuestionario utilizado y cuya fórmula es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Y para la medición de la posible variabilidad existente entre los datos recogidos en los tres mercados (M1, M2, M3) y los diez grupos que se formaron en cada uno de ellos (G1, G2,...) se hizo el análisis estadístico mediante la función de la Varianza de Excel, como se refleja en la tabla siguiente:

**Tabla 3**  
 Cálculo de varianzas de los ítems

| Sujetos | Item1  | Item 2  | Item 3 | Item4  | Item 5 | Item 6  | Item 7  | Item 8 | Item 9 | Item 10 | S. items |
|---------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|--------|---------|----------|
| M1G1    | 1      | 1       | 1      | 1      | 1      | 3       | 1       | 2      | 3      | 3       | 17       |
| M1G2    | 1      | 3       | 1      | 1      | 1      | 3       | 1       | 2      | 5      | 3       | 21       |
| M1G3    | 2      | 4       | 1      | 2      | 1      | 2       | 1       | 2      | 3      | 4       | 22       |
| M1G4    | 1      | 1       | 1      | 1      | 1      | 1       | 2       | 1      | 2      | 2       | 13       |
| M1G5    | 5      | 5       | 5      | 5      | 4      | 5       | 3       | 1      | 3      | 4       | 40       |
| M1G6    | 2      | 1       | 2      | 1      | 1      | 2       | 4       | 3      | 2      | 3       | 21       |
| M1G7    | 1      | 3       | 2      | 2      | 3      | 1       | 5       | 1      | 4      | 3       | 25       |
| M1G8    | 1      | 2       | 1      | 1      | 1      | 2       | 2       | 1      | 5      | 3       | 19       |
| M1G9    | 1      | 2       | 1      | 1      | 1      | 2       | 4       | 1      | 3      | 1       | 17       |
| M1G10   | 1      | 1       | 1      | 2      | 1      | 3       | 2       | 1      | 2      | 1       | 15       |
| M2G1    | 4      | 3       | 4      | 5      | 3      | 4       | 2       | 3      | 2      | 4       | 34       |
| M2G2    | 4      | 3       | 3      | 3      | 4      | 4       | 1       | 2      | 5      | 4       | 33       |
| M2G3    | 2      | 4       | 2      | 3      | 1      | 1       | 2       | 3      | 4      | 3       | 25       |
| M2G4    | 5      | 4       | 5      | 3      | 1      | 3       | 3       | 2      | 4      | 3       | 33       |
| M2G5    | 1      | 2       | 3      | 1      | 2      | 1       | 2       | 2      | 1      | 1       | 16       |
| M2G6    | 4      | 4       | 2      | 3      | 5      | 2       | 2       | 4      | 2      | 4       | 32       |
| M2G7    | 1      | 1       | 3      | 3      | 1      | 4       | 2       | 1      | 1      | 1       | 18       |
| M2G8    | 3      | 3       | 3      | 3      | 2      | 3       | 3       | 4      | 1      | 4       | 29       |
| M2G9    | 2      | 2       | 3      | 2      | 3      | 3       | 4       | 2      | 3      | 2       | 26       |
| M2G10   | 2      | 4       | 2      | 2      | 1      | 1       | 3       | 1      | 4      | 1       | 21       |
| M3G1    | 3      | 3       | 1      | 5      | 2      | 3       | 2       | 4      | 3      | 3       | 29       |
| M3G2    | 2      | 3       | 2      | 2      | 1      | 2       | 2       | 1      | 4      | 2       | 21       |
| M3G3    | 2      | 3       | 3      | 2      | 1      | 3       | 2       | 2      | 2      | 2       | 22       |
| M3G4    | 5      | 4       | 4      | 3      | 3      | 3       | 4       | 2      | 3      | 4       | 35       |
| M3G5    | 1      | 3       | 1      | 2      | 1      | 2       | 1       | 1      | 2      | 2       | 16       |
| M3G6    | 5      | 4       | 2      | 3      | 4      | 4       | 4       | 2      | 5      | 5       | 38       |
| M3G7    | 3      | 2       | 3      | 2      | 2      | 3       | 2       | 3      | 4      | 3       | 27       |
| M3G8    | 4      | 4       | 3      | 2      | 5      | 3       | 3       | 5      | 5      | 4       | 38       |
| M3G9    | 2      | 3       | 2      | 3      | 1      | 1       | 4       | 3      | 2      | 2       | 23       |
| M3G10   | 2      | 5       | 3      | 1      | 5      | 3       | 5       | 3      | 4      | 4       | 35       |
|         | 1,9789 | 1,35667 | 1,3556 | 1,3556 | 1,9567 | 1,11222 | 1,37333 | 1,2056 | 1,5567 | 1,27222 | 58,63222 |
|         |        |         |        |        |        |         |         |        |        |         | 14,52333 |

Fuente: elaboración propia

K: El número de ítems = 10

$S_i^2$ :  $\Sigma$ Varianzas de Ítems = 15,02

$S_T^2$ : Varianza de  $\Sigma$  Ítems = 60,65

$\alpha$ : Coef Alfa de Cronbach= 0,84

Grado de confiabilidad: BUENO

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\Sigma S_i^2}{S_T^2} \right] = 0,84$$

Según la interpretación, el resultado indica que el grado de confiabilidad es bueno (Martínez, Hernández y Hernández, 2014). Por tanto, las cuestiones están interrelacionadas entre sí. Desde aquí se puede estar seguro que los resultados obtenidos conducirán a conclusiones acertadas.

### 3. Resultados y discusión

Los trabajos de esta investigación se desarrollaron en dos grandes bloques y cuyos resultados se presentan a continuación:

#### 3.1. La revisión bibliográfica

Ésta sirvió para contextualizar tanto el tema como el escenario de investigación, donde se vio que tanto la agricultura como la comercialización tienen una larga trayectoria. Ésta ha pasado de autoconsumo a industrial y la comercialización de trueque a interdependencia mundial y en el medio un gran número de etapas. La mayor parte de los países desarrollados lo han hecho gracias a los productos de la tierra, han implementado reformas tanto en la cadena productiva, económica y comerciales como en los aspectos fitosanitarios. Sin embargo, en países en vía de desarrollo como Guinea Ecuatorial, siguen anclados en las primeras etapas a pesar de las buenas condiciones climatológicas y edafológicas.

#### 3.2. El trabajo de campo

Consistió en entrevistas y encuestas a cada colectivo de personas involucradas para disponer de un amplio abanico de información que permita realizar un diagnóstico del problema objeto de esta investigación y consecuentemente hacer una propuesta de solución.

##### 3.2.1. Resultados en las entrevistas de los tres mercados

Las primeras cuestiones se referían a los datos personales. Al respecto, a pesar de haber participado todos los rangos etarios desde los 18 años, se observó que se expresaban con más contundencia los entrevistados con edades comprendidas entre los 40 a 60 años. En lo que respecta al estado civil, la mejor participación fue la de los casados. En cuanto a la familia, padres y madres de familia de más de 3 hijos. Y respecto al sexo, se destacó más la participación de mujeres que hombres, lo que puede confirmar su dedicación al sector agropecuario en todas sus etapas, (desde la producción hasta la comercialización). A continuación se presenta la tabla resumen de resultados:

**Tabla 4**  
Resumen de resultado de los datos personales

| Concepto     | Resultado de los participantes |
|--------------|--------------------------------|
| Edad         | De 40 a 60 años                |
| Estado civil | Casados                        |
| Familia      | Numerosa de más de 3 hijos     |
| Sexo         | Mujeres                        |

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las variables determinadas, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Tabla 5**  
Resultado de las encuestas respecto a las variables estudiadas

| Variable | Más destacado                    | Consecuencia   |
|----------|----------------------------------|--|
| Acceso   | Desorden en el mercado           | Mezcla de la exposición de distintos productos                       |
|          | Sin señalización                 | Difícil identificación de los productos                              |
|          | Escaso espacio físico            | Gente amontonada   |
| Gestión  | Transporte desorganizado         | Campo de acción de particulares, irregular y con precios arbitrarios |
|          | Inexistencia de puntos de acopio | Falta de puntos de encuentro   |
|          | Nula distribución                | Suministro de productos nulo   |

Fuente: elaboración propia

a) en la variable acceso, se encontró:

- La falta de orden en los mercados, lo cual que genera una gran pérdida de tiempo y, consecuentemente, la adquisición de lo primero que se encuentra, reduciendo la posibilidad de comparar los precios.
- La nula señalización en los mercados. La existencia de letreros indicativos podrían favorecer la compra y venta de productos según los lugares establecidos siguiendo las indicaciones de los mismos.
- El poco espacio para tantos vendedores. El problema de espacio insuficiente genera la sobreexposición de los productos y la lucha entre los vendedores.
- La falta de ferias y mercadillos en los barrios y localidades adyacentes de la ciudad. Los mercadillos pueden cubrir muchas necesidades, disminuir el número de vendedores y dejar espacio para otros. Estos mercados ocasionales pero fijos en fechas, son favorables igualmente para los consumidores pues obtienen los productos frescos directamente de los propios productores.

b) En lo que respecta a la gestión, sobresalió:

- La falta de organización en el transporte de largo recorrido. Actualmente el transporte de alimentos está gestionado por particulares y de manera individualizada, lo que genera una inestabilidad en este servicio, tasas arbitrarias que provocan el encarecimiento de los productos en el destino y sobre todo en la época de baja producción.
- Nula comunicación entre productores y vendedores, lo que dificulta el conocimiento de las necesidades reales de Bata, tanto por parte de los productores y los productos disponibles en el interior como de parte de los vendedores.
- Falta de puntos de acopio. Lugares que serían el almacenamiento temporal y punto de encuentro entre productores, compradores incluidos los transportistas.
- Nula distribución de productos. Al no existir la figura del distribuidor el suministro a los mercados se hace complicado. A los minoristas no llegan los productos con la frecuencia requerida.
- Los arreglos de compra y suministro se establecen a partir de relaciones interpersonales. Son los acuerdos caseros de crédito los que hasta este momento funcionan para que los pocos detallistas puedan estar

abastecidos en todo momento pero la falta de coordinación y asociación entre los productores del interior con los comerciantes de Bata hace que su gestión sea deficiente. Estos acuerdos se establecen de dos maneras: una, en el interior, donde las comerciantes van y recogen los productos para pagar una semana después; la otra, son las mismas productoras que llegan al mercado y conceden a título de crédito sus productos a las vendedoras para pagar en 3-5 días.

- La gestión de los excedentes. A pesar de existir unas plantas de conservación propiedad del Estado, ésta no siendo utilizada por el público, causándole gastos irre recuperables.

c) otros temas importantes abordados:

- La existencia de un vacío legal provoca irregularidades en el desarrollo de las actividades en toda la cadena.

- Las agrupaciones no son funcionales. El campesino no entiende el trabajar a cuenta de ellos mismos en grupo. Solo tiene éxito si forman parte del gobierno, de algún proyecto o de un dueño a cambio de un salario.

- Falta un canal de absorción. Esto genera la producción de excedentes y la reducción de interés por incrementar la producción dificultando por tanto, los ingresos en el seno familiar.

---

#### 4. Conclusiones

Se encontró un vacío legal lo que provoca irregularidades en el funcionamiento general de la cadena de suministros. Una cadena de suministro casera y descoordinada con un sistema logístico privado y desorganizado que conlleva a la inestabilidad en el suministro de los mercados y las pérdidas de los productos. Esta falta de gestión, de comunicación y de garantía de absorción hace que sobren productos en el interior mientras en Bata existe necesidad. El que no exista un fondo de subvención y dificultad de acceso al crédito provoca la perduración de la oferta estacional, menos ingresos familiares y la dependencia de las importaciones. La habilitación de espacios físicos en los mercados para vendedores directo es clave para el desenvolvimiento tanto de vendedores como de compradores, lo que hasta este momento no se percata. Pues queda patente la gran necesidad de construir una cadena productiva, distribuidora y comercial sólida.

Durante el desarrollo de los trabajos de investigación se encontraron limitaciones que dificultaron la realización de las actividades. Se destacan:

- La poca voluntad de participación de la población, provocada por la desconfianza generalizada.
- Mucha burocracia a la hora de solicitar información en las instituciones gubernamentales.
- La existencia de áreas restringidas para su investigación.
- La falta de un instrumento legal que regule todo el proceso en el sector.
- La falta de bibliografía y publicaciones actualizadas sobre el sector agropecuario de Guinea Ecuatorial.

De acuerdo al problema planteado en esta investigación y teniendo en cuenta los resultados obtenidos y las conclusiones presentadas, se hace la siguiente propuesta:

La implementación de una cadena de suministro y consumo concebida desde el punto de vista del consumidor cuyo fundamento es el grado de satisfacción de éste. Y como estrategia, la concepción de una estructura que determine las labores de cada colectivo (productores, transportistas, puntos de acopios, mayoristas y minoristas), la coordinación de su actividad, el establecimiento de una red tanto de comunicación como de distribución acompañada de prácticas logísticas para el manejo de productos hasta la venta. Y finalmente, la

determinación de espacios físicos por especie de productos y venta directa así como la disposición de puestos fijos en los mercados para los vendedores habituales.

La canalización de todas estas actividades permitirá que estos agentes involucrados hagan su trabajo de manera eficiente y los consumidores tengan acceso fácil a los productos, lo que traerá consigo el orden y la coordinación actualmente ausentes a lo largo de todo el proceso productivo y comercial.

---

## Referencias bibliográficas

- Barbero, M.I. (2010). *Psicometría (teoría, formulario y problemas resueltos)*. Madrid, España: Sanz y Torres.
- Bolt, J. y Van J.L. (2013). *The First Update of the Maddison Project; Re-Estimating Growth Before 1820*. Maddison
- Caballero F., (2017). *Canal de abastecimiento*. Madrid, España: MBA en Cerem Business School.
- Caja, A. (2018). *Cómo hacer de la cadena de suministro un centro de valor*. Barcelona, España: Marge books.
- Campos, A. (2011). *Petróleo y Estado postcolonial: transformaciones de la economía política en Guinea Ecuatorial, 1995-2010. Implicaciones para la coherencia de políticas españolas*.  
<http://www.fundacioncarolina.es/es-/publicaciones/avancesinvestigacion/Documents/AI54.pdf>
- Campoy, T.J. y Araújo, E.G. (2016). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. Recuperado de <http://mestrado.prpg.ufg.br/up/>
- Carnero F. y Díaz, Álvaro (2013). *Approach to the economics of equatorial guinea during the colonial period*. (Trabajo de investigación). Universidad de La Laguna.
- Carnero, F. y Díaz, A. (2009). *Between Three Continents: Rethinking Equatorial Guinea on the Fortieth Anniversary of its Independence from Spain*. New York, EEUU. Hofstra University, Hempstead.
- Carrasco, J A. (2012). The Marshall Plan and the Spanish postwar economy: a welfare loss analysis, *Economic History Review*. *Economic History Society*. 65(1). 91-119.
- Carreño, A.J. (2018). *Cadena de suministro y logística*. San Miguel, Lima, Perú: Fondo editorial de la PUPP. Centro de Investigación y Docencia en Educación. Universidad Nacional, Costa
- Delgado, M. 2021. El sistema agroalimentario globalizado: Imperios alimentarios y degradación social y ecológica. *Revista de Economía Crítica*, 2(10), 32-61. Recuperado de <https://www.revistaeconomiacritica.org/index.php/rec/article/view/474>
- Ekomo, M. (2017). *Propuesta de actividades para desarrollar la educación ambiental a través del programa de geografía de 1º de ESBA en el INES Carlos Lwanga* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Guinea Ecuatorial. Bata, Guinea Ecuatorial.
- Elgueta, MF y Zamorano, F. (2014). Validación del instrumento de medición para la caracterización nacional de estudiantes de derecho. Santiago de Chile, Chile. *Revista Universidad de Chile*. 2(1), pp. 105 - 120.
- ETC, 2009. ¿Quién nos alimentará? Preguntas sobre la crisis alimentaria y climática. Visto el 19 de febrero de 2016, <<http://www.etcgroup.org/es/content/%C2%BFqui%C3%A9n-nos-alimentar%C3%A1>>
- FAO, PMA y FIDA (2012), *The State of Food Insecurity in the World 2012, Economic growth is necessary but not sufficient to accelerate reduction of hunger and malnutrition*, FAO, Roma.

- González, J.A. y Pazmiño, M (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(1). 2015, 62-77. ISSN 1390-9304 62.
- Herrera, A. 2013. *Situación de la agricultura orgánica y prácticas de manejo sostenible en horticultura*. Curicó, Chile: Universidad Católica del Maule.
- Hilbeck, A. y Oehen, B. 2015a. *Feeding the people. Agroecology for nourishing the world and transforming the agri-food system*. Bruselas: IFOAM EU Group, visto el 10 de enero de 2016. Recuperado de <[http://www.ifoam-eu.org/sites/default/files/ifoameu\\_policy\\_feedingthepeople.pdf](http://www.ifoam-eu.org/sites/default/files/ifoameu_policy_feedingthepeople.pdf)>
- Instituto Nacional de Estadística de Guinea Ecuatorial (INEGE, 2018). *Anuario estadístico de Guinea Ecuatorial*. Recuperado de <https://inege.gq/index.php/anuario-estadistico-de-guinea-ecuatorial-2018/>
- Mollá, A. y Sánchez, M. (2000). Análisis de los cambios en los canales de comercialización de productos agroalimentarios. *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 186 (2), 39-73.
- Obiang, D. (2016). *Climate variability and adaptation measures in cities the Malabo and Bata of Equatorial Guinea* (Tesis doctoral). Atlantic International University, Honolulu, Hawai.
- Pino, C., López, D., Salazar, A., Torres, C. y Uytewaal, K. (2017). *Canales de comercialización alternativos para el desarrollo del mercado nacional de productos agrícolas orgánicos*. Fundación para la Innovación Agraria Santiago, Chile.
- Reina, M.L. (2013). *Logística de distribución de productos perecederos de economía campesina. Casos Fuente de Oro, Meta y Viotá, Cundinamarca* (tesis de Maestría). Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Agronomía Bogotá, Colombia.
- Tobileri, L. (2018). *Anuario Estadístico*. Malabo, Guinea Ecuatorial: ENEGE



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional