

Propuesta De Un Modelo Logístico De Comercialización Para Los Productores De Chile Habanero En La Comunidad De Acachapan Buenavista 5ta Sección Del Municipio Del Centro De Estado De Tabasco.

Jucelly-Castro De La Cruz., Emir Jahir-Reyes Chab., Brissa Roxana-De León De Los Santos., Eduardo Enoch-Galindo Sánchez., José Jaime Esqueda Elizondo

^aTecnologico Nacional de México Campus Villahermosa, jucelly.cc@villahermosa.tecnm.mx

^bTecnologico Nacional de México Campus Villahermosa, l18300044@villahermosa.tecnm.mx.

^cTecnologico Nacional de México Campus

^dVillahermosa, brissa.leons@villahermosa.tecnm.mx/

Tecnologico Nacional de México Campus Minatitlán, eduardo.gs@villahermosa.tecnm.mx

^eUniversidad Autónoma De Baja California, jjesqueda@uabc.edu.mx

Resumen

En el presente trabajo se desarrollaron diferentes tipos investigaciones, que fueron de apoyo para el conocimiento panorámico de la zona de estudio como el contexto del mercado en la comercialización del chile habanero, reflejando los cambios en la entidad federativa dentro de la industria y su estado económicamente activo en la actualidad; de igual manera se abarcan temas como los canales de distribución que están al alcance de los productores o los cuales ya aplican, debido a que sirvieron como base en el diseño del modelo, revisando y evaluando cuáles de ellos presentan ventajas aprovechables y en su defecto si estos están afectando las ganancias esperadas por los agricultores en la comercialización de su producto, teniendo en cuenta toda la logística desde el momento de inversión para la siembra hasta la entrega del producto al cliente directo.

Palabras clave—Comercialización, Producción, Distribución.

Abstract

In the present work, different types of research were developed, which were supportive for the panoramic knowledge of the study area as the context of the market in the commercialization of habanero chili, reflecting the changes in the state within the industry and its economic status. currently active; In the same way, topics such as the distribution channels that are available to the producers or which are already applied are covered, since they served as a basis in the design of the model, reviewing and evaluating which of them present usable advantages and, failing that, if These are affecting the profits expected by the farmers in the commercialization of their product, taking into account all the logistics from the moment of investment for planting until the delivery of the product to the direct customer.

Keywords— Marketing, Production, Distribution.

1. INTRODUCCIÓN

Como bien se sabe Tabasco es un estado con gran diversidad en cuanto a fauna y flora, de hecho, muchas de las frutas y verduras producidas aquí son exportadas de manera internacional, tal es el caso del cacao y el plátano. Hace algunos años Tabasco también fue proveedor importante de chile habanero dentro y fuera del País. Actualmente debido a ciertas condiciones ambientales, económicas y sociales la producción de Habanero ha disminuido significativamente, dejando a Tabasco fuera de la industria como proveedor y productor de Chile, convirtiéndose así en un consumidor activo del estado de Yucatán. A pesar de que la Entidad Federativa cuenta con los requerimientos y condiciones necesarias para producir este picante, algunas de las instituciones agrícolas han dejado de incentivar la reactivación en la cosecha de Habanero, obligando así a los agricultores a dejar en el olvido la siembra del mismo, enfocando así sus recursos y conocimientos de la tierra en otros tipos de plantas y árboles frutales los cuales resultan ser más redituables y generar ganancias a corto plazo.

En el presente trabajo se busca identificar las causas verdaderas por las cuales los productores (específicamente de la ciudad de Villahermosa) han dejado de cultivar este picante que tiene un amplio mercado y formas de procesamiento industrial. Al identificar las causas se tendrán las herramientas y bases necesarias para proponer el diseño de un modelo logístico de comercialización, que será de ayuda en el rescate de la producción de este fruto y reactivar la economía tabasqueña en la industria del Chile Habanero, beneficiando así a los agricultores de la comunidad de Acachapan Buena Vista 5ta Sección.

2. CONTENIDO

METODOLOGIA PARA LA INVESTIGACION

En relación con lo antes plasmado y el conocimiento del contexto situacional del sector de estudio se implementaron herramientas de recopilación y análisis de información para de este modo tener datos contables, con los cuales es posible la evaluación de la eficiencia de las propuestas proyectadas del trabajo de investigación

Como primera etapa de búsqueda de datos se recurrió a una entrevista con productores de la zona, esto para conocer las necesidades y deficiencias que existen en su entorno que dificultan la producción y comercialización de chile habanero, de igual manera con esta herramienta se identificaron áreas de oportunidad y habilidades, que serán de suma importancia en la formulación de indicadores claves para la medición del avance positivo que tendrían las propuestas si son aplicadas de manera integral.

Por consiguiente, después de analizar las respuestas de la entrevista, se diseñó una nueva con el fin de obtener datos cuantificables para empezar a formular indicadores que beneficiaran en la construcción de un modelo logístico de comercialización e identificación de posibles recomendaciones futuras. En dicha entrevista se abordaron temas como comparación histórica de precios en insumos,

cantidades de producción y volumen distribuido, metodologías conocidas para una producción en masa y a escala menor, principales compradores y proveedores de insumos de producción así como el medio por el cual difunden sus productos y la manera en la que hacen trato para lograr la rotación de su stock evitando quedarse con chile que después de ciertos días queda como merma debido a la decadencia de la frescura después del tiempo de cosecha.

Los resultados arrojados tras ambas aplicaciones de preguntas de recopilación de datos llevaron a sintetizar las respuestas en una matriz FODA con el objetivo de esclarecer las principales necesidades y las herramientas actuales con las que cuenta el afectado para transformar sus oportunidades en nuevas fortalezas y disminuir el riesgo de fracaso y pérdida por las debilidades presentes en el medio ambiente que lo rodea. La matriz cuenta con un análisis a fondo del cual se obtuvo un resultado porcentual cuantificable que posiciona el panorama situacional en el que se encuentra el productor de este cultivo. Una vez relacionado los cuatro puntos de la matriz de manera positiva se inició el proceso de formulación de índices, tasas y porcentajes que miden el alcance que tiene un agricultor al desarrollarse en la venta equitativa de su cultivo, manteniendo márgenes de ganancia a favor del mismo y reduciendo considerablemente el número de pérdida en valor monetario por la falta de conocimiento de la capacidad y distribución de su producción.

Con los valores obtenidos de la aplicación de indicadores y comparación del éxito de otras zonas productoras de chile, se determinó que el modelo logístico de comercialización centralizado es una opción viable para asegurar la logística constante de cosecha de este picante en la zona, por lo que se usó como base la información plasmada en un modelo de negocios canvas.

MATRIZ FODA

La matriz utilizada para el desarrollo de esta investigación sirvió de apoyo para relacionar de una manera cuantificable cada una de sus cuatro secciones y obtener al final estrategias de mejora con cuales se proyecta una mejor planeación de la distribución del producto.

Se les dio una ponderación a los indicadores de cada cuadro de la matriz, esto con el fin de cuantificar el grado de importancia de cada ítem ingresado en ella y así conectarlos de manera coherente y consecutiva entre todos los ítems, puntaje con el que al final se obtuvo un porcentaje que ayuda a ubicar al productor en un rango de dificultad del medio que lo rodea.

Tabla 1 Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	
	F1	Calidad del chile habanero
	F2	Cercanía a Mercados y Puntos de Venta
	F3	Uso de Insumos a base de Materiales Orgánicos (Locales)
	F4	Experiencia en producción y construcción de zonas seguras de riego y crecimiento
	F5	Áreas de cultivo a orillas de carretera principal
	F6	Disponibilidad De Las Tierras.
	F7	Autoregulación de la Calidad de Producción
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	
	O1	Asesorías a los productores sobre Certificaciones y temas Económicos.
	O2	comercializar a cadenas de supermercados, central de abasto, otros estados e incluso otros países.
	O3	Aplicación de nuevas técnicas de producción
	O4	Mejorar las condiciones de cultivo y cosecha.
	O5	Facilitar el acceso a las zonas de Cultivo y Puntos de Venta.
	O6	Acceso a Apoyos Gubernamentales
	O7	Crear Una Cooperativa De Chile Habanero

DEBILIDADES	
D1	Venta Barata del Producto.
D2	Desinterés Por Comercializar
D3	Falta de Inversión Económica
D4	Escasa Tecnología en el Cultivo y Producción
D5	Terceros En La Cadena de Suministros
D6	Zonas Bajas e Inseguras
D7	Producción Inconstante
AMENAZAS	
A1	Productores con precios más bajos por kg
A2	Poca Demanda En La Zona
A3	Precios Altos en Insumos de Producción
A4	Plagas Aniquiladoras De Plantas
A5	Distribución Costosa
A6	Temporadas Infértiles de la Tierra de Producción
A7	Preferencia En Apoyos Gubernamentales.

Fuente: Elaboración Propia, 2022.

Resumen Cuantificable de la Matriz FODA

Después de analizar los indicadores de cada cuadro de la matriz FODA y calcular con la ponderación establecida se obtuvo un resultado gráfico y cuantificable con el que se posiciona al agricultor en un grado de dificultad en relación a su entorno y ambiente que lo rodea, en donde también se tienen en cuenta las variables del contexto y su relación entre sí. Este porcentaje fue nombrado como Índice de situación quien como su nombre indica, brinda en qué posición se encuentra el productor y que tan complicado será mejorar los números actuales para que pueda ver una ganancia, o en su defecto conocer si en la zona de estudio es realmente bueno continuar con el cultivo y cosecha de chile habanero, puesto

que en algunas zonas aunque se tenga los recursos, las condiciones ambientales no favorecen en absoluto y hacen casi imposible el desarrollo económico de este negocio.

Tras el análisis, se posicionó en situación favorable la zona de estudio, lo que infiere que las condiciones del medio que rodean al productor pueden ser aprovechadas aún más para mejorar los números de ganancia, puesto que se cuenta con poderosas oportunidades y habilidades para hacer crecer el negocio de comercialización de chile habanero, esto con la ayuda de los indicadores que serán puntos clave para el diseño de un modelo logístico de comercialización.

En el siguiente gráfico se muestra de forma detallada que se cuenta con un alto porcentaje de oportunidades que serán desarrolladas en trabajo conjunto para aumentar el valor del trabajo agrícola y que las expectativas de ganancias sean más tangibles para los interesados de la zona de estudio.

Resumen	Puntaje	Porcentaje		Situación	Mínimo	Máximo
Fortalezas	33	18.53%	Índice de situación	Muy desfavorable	-200%	-100%
Debilidades	21	29.73%		Desfavorable	-100%	-30%
Oportunidades	23	40.00%		Equilibrio	-30%	30%
Amenazas	20	11.73%		Favorable	30%	100%
Total	750			Muy favorable	100%	200%
IS=			((Oportunidades+fortalezas)-(Debilidades+amenazas))/((Fortalezas+oportunidades)-(Debilidades+amenazas))			

Fuente: Elaboración Propia

ESTRATEGIAS

Las estrategias obtenidas del análisis de la matriz FODA, ayudaran a tener una visión sobre el cómo iniciar a cambiar los procesos, materiales e incluso la mentalidad al momento de pensar en hacer crecer el negocio, es por eso que relacionándolas entre cada sección de la matriz indica cuando, como y que se debe hacer para alcanzar los objetivos establecidos o las metas proyectadas tras la cosecha de habanero.

Tabla 2 Estrategias

Estrategias	FA	FO
(F1,A1)(F1,O1)	Informar sobre el valor agregado del producto a través de medios de comunicación.	Asesorar a los productores sobre como certificar su proceso de producción y producto final de calidad.
Estrategias	DA	DO
(D1,A1), (D1,O1)	Vender el producto en lo justo siempre justificando el precio con la calidad del producto.	Capacitar en materia de negociación de ventas del producto final y subproductos.

Fuente: percepción del autor 2022.

En la sección de áreas de la matriz FODA se coloca a los responsables del cumplimiento y seguimiento de las estrategias, así como de dar continuidad y evaluar el progreso obtenido a lo largo del tiempo después de iniciar a trabajar en ellas.

Tabla 3 Áreas

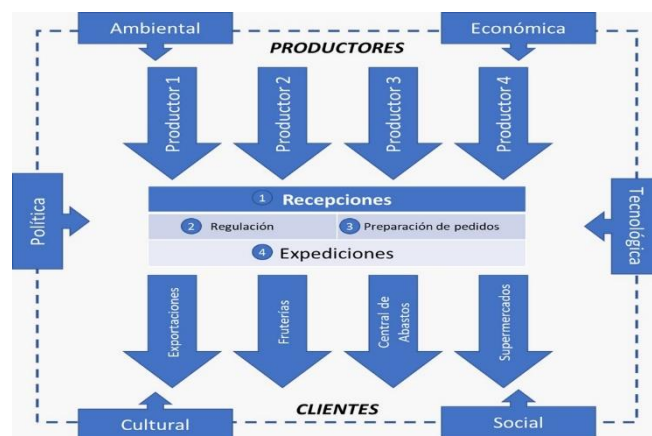
Áreas/Persona encargada	Estrategias	
El Productor	(F1,A1)	Informar sobre el valor agregado del producto a través de medios de comunicación.
Expertos en Agronomía y Calidad.	(F1,O1)	Asesorar a los productores sobre como certificar su proceso de producción y producto final de calidad.
El productor	(F2,A2)	Comercializar el producto en los establecimientos de ventas cerca de la zona.

Fuente: Elaboración Propia, 2022.

MODELO CROSS DOCKING

Para este modelo se tomó en cuenta la opinión de productores cercanos, los cuales concuerdan en que una manera de eliminar a los terceros intermediarios en la distribución sería la consolidación de una sociedad regulativa de habanero entre los productores del estado. De esta manera con ayuda del apoyo mutuo y gubernamental se lograrían hacer convenios de ventas establecidos periódicamente con compradores de grandes volúmenes, como lo son supermercados, centrales de abastos o procesadoras de alimentos.

Uno de los principales problemas es la ausencia de transporte y compradores fijos de este picante por lo que la aplicación de un modelo centralizado Cross Docking redistribuido podría ayudar a que entre los productores organicen mejor la logística de sus cosechas haciendo ellos mismos la entrega. Como se ha mencionado con anterioridad el chile habanero es un picante muy delicado y de poco tiempo de caducidad lo que hace que entre más tiempo dure almacenado menor será la calidad en fresca y por ende su costo tiende a decrecer generando pérdida para los productores. La propuesta de este modelo abre la posibilidad de concretar fechas y volúmenes de entrega específicas con ventas concretadas, asegurando así la distribución completa del chile preservando el valor y fresca adecuado para su comercialización.



Fuente: Elaboración Propia, 2022.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS

En el siguiente modelo fue posible identificar los canales a los que se tiene acceso para aumentar la comercialización de chile habanero, así como alternativas logísticas para distribución de la cosecha eliminando de la cadena de

suministros a los intermediarios haciendo así que las ganancias de los productores de la zona obtengan una ganancia íntegra y logren recuperar lo invertido y un porcentaje considerable de ganancia.



Fuente: percepción del autor 2022.

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El modelo principal propuesto trata de la formación de una cooperativa entre los socios productores del estado, funcionando como Cross Docking centralizado. Este modelo es ideal para el transporte puesto que no es un modelo de almacenamiento si no de distribución inmediata a la recepción de la cosecha, manteniendo frescura y calidad.

Después del trabajo realizado en campo y recolección de datos se prevé que los agricultores obtengan resultados positivos mejorando las condiciones de cosecha y distribución de su producción, eliminando así la principal problemática que tienen todos en común.

La evidencia presentada anteriormente, los datos cuantificables, las encuestas y sondeos de la zona de estudio, han confirmado que el distribuidor intermediario denominado como “El Coyote” a pesar de que cumple con el propósito de enviar y distribuir la cosecha compra a los productores el Chile a muy bajo costo, lo que hace que estos presenten pérdidas y en muchas ocasiones ni quiera recuperen lo invertido.

La propuesta del modelo cumple con el objetivo de cambiar la percepción de los productores de que el producto no se vende y que no es rentable, e identificar los puntos en donde hay que aplicar mejoras de producción y distribución. También con este modelo se buscará eliminar a los intermediarios sin afectar a los productores, dejándolos sin medios de transporte para su producción. En cuanto a la hipótesis planteada sobre como el deterioro ambiental afecta fuertemente, es comprobada puesto que, debido a las condiciones climáticas, quedan intransitables las calles y caminos dejando como única alternativa la venta a los intermediarios, que son los únicos que atraviesan estos caminos. La construcción de invernaderos como zona segura de siembra, es una de las propuestas que fueron planteadas para salvaguardar la cosecha en la etapa de brote y desarrollo de almacigo.

4. RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones son para asegurar el funcionamiento de la propuesta ya que este si no va de la mano con ciertos pasos premeditados no desarrollaran de manera correcta el propósito del modelo, dando lugar a un margen de fracaso, es por eso que es importante tener en cuenta estas estrategias de mejora para aumentar los números de producción y ganancia esperada.

Informar sobre el valor agregado del producto a través de medios de comunicación y redes sociales o la creación de una página web con compras en línea.

Comercializar el producto en los establecimientos de ventas cerca de la zona, para empezar a abrirse paso en el mercado e ir captando la atención de grandes clientes.

Utilizar de manera absoluta insumos a base de materiales orgánicos de la zona, uno de los productores ya trabaja de esta manera y actualmente le resulta, puesto que si este conocimiento se comparte podrían ahorrarse dinero y mejorar la calidad del Chile.

Aumentar la capacidad de producción y cultivo dentro de invernaderos para atenuar el daño por cambios climáticos bruscos y plagas habidas en el medio ambiente.

Si por ahora no es posible que los agricultores distribuyan ellos mismos su producto podrían empezar por proponer a los compradores recoger el producto o cubrir gastos de envío.

Hacer notar la calidad del producto para ser de interés al gobierno y potenciales inversionistas del sector agrícola, esto se puede lograr mediante exposiciones en eventos culturales importantes del estado o de la región de estudio.

5. REFERENCIAS

- Conexión Esan. (18 de Octubre de 2018). *Conexión Esan*. Obtenido de ¿Qué es el cross docking y para qué sirve?: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-es-el-cross-docking-y-para-que-sirve>
- AGROPINOS. (24 de Marzo de 2022). *AGROPINOS*. Obtenido de SISTEMA DE RIEGO POR ASPERSIÓN: TODO LO QUE DEBE SABER: <https://www.agropinos.com/blog/sistema-de-riego-por-aspersion>
- AgroSpray Blog. (20 de Agosto de 2020). *AgroSpray Blog*. Obtenido de PLagas De Cultivos Agrícolas: <https://agrospray.com.ar/blog/plagas-de-cultivos-agricolas/#:~:text=Se%20pueden%20llamar%20plagas%20de,concentrada%20y%20confiable%20de%20alimento.>
- Arias Vargas, F. J., & Rendón Sierra, S. (31 de Julio de 2015). Modelos descentralizados de comercialización agropecuaria como estrategia para la inclusión social en Colombia: el caso Exofruit SAS. *Scientia Agropecuaria*, 9. Recuperado el 12 de Enero de 2023, de <http://www.scielo.org.pe/pdf/agro/v6n3/a06v6n3.pdf>
- Arias Vargas, F. J., & Rednodn Sierra, S. (Julio de 2015). Modelos descentralizados de comercialización

- agropecuaria como estrategia para la inclusión social en Colombia: el caso Exofruit SAS. *Scielo Peru*, 57. Obtenido de scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-99172015000300006
- Camacho Camacho, H., Gomez Espinosa, K. L., & Andres Monroy, C. (23 de Julio de 2012). *LACCEI*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2022, de Importancia de la cadena de suministro en las oranzaciones: <http://www.laccei.org/LACCEI2012-Panama/RefereedPapers/RP200.pdf>
- CONACYT. (8 de Septiembre de 2016). *Unidad Productora De Semillas*. Obtenido de CONACYT: <https://centrosconacyt.mx/objeto/unidad-productora-semillas-aporte-cientifico-al-campo/>
- Direccion General de Normas. (2017). *NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-189-SCFI-2017, CHILE HABANERO DE LA PENÍNSULA DE YUCATÁN*. Obtenido de https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/6986/seec011_C/seeco11_C.html
- EOS Data Analysis. (30 de Diciembre de 2020). *EOS Data Analysis*. Obtenido de Cooperativas Agrícolas: Ventajas y Desventajas: <https://eos.com/es/blog/cooperativas-agricolas/>
- Fideicomiso de Riesgo Compartido. (31 de Mayo de 2017). *Chile Habanero, con Denominación de Origen*. Obtenido de SEGOB: <https://www.gob.mx/firco/articulos/chile-habanero-con-denominacion-de-origen?idiom=es>
- Flores, L. M., & Sanchez, O. E. (2019). Entorno Productivo del Chile Habanero en la Peninsula de Yucatan, Mexico. 18. Jalisco: Centro de Investigacion Y Asistencia en Tecnoloia y Diseño del Estado de Jalisco. Recuperado el 14 de Enero de 2023, de <https://ciatej.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1023/715/1/Cap%2017%20Entorno%20productivo%20del%20chile%20habanero.pdf>
- Franquesa, M. (26 de Enero de 2016). *Agroptima Blog*. Obtenido de Tipos de abono para frutales: https://www.agroptima.com/es/blog/tipos-de-abono-para-frutales/#Fertilizacion_de_arboles_frutales
- Grammont, H. (20 de Octubre de 2009). La evolución de la producción agropecuaria en el campo mexicano: concentración productiva, pobreza y pluriactividad. *Scielo*, 57. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632010000200005
- Habermann Gastelum, J. E. (09 de Mayo de 2022). *FP Sinaloa*. Obtenido de El chile habanero una excelente oportunidad para los productores: <https://www.fps.org.mx/portal/index.php/notas/1002-el-chile-habanero-una-excelenteoportunidad-para-los-productores>
- IAUSA. (22 de 01 de 2016). *IAUSA*. Obtenido de PRINCIPALES VENTAJAS DE LOS INVERNADEROS: <https://iausa.com.mx/principales-ventajas-y-desventajas-de-los-invernaderos/>
- International School of Agri Management. (20 de Junio de 2022). *International School of Agri Management*. Obtenido de Logistica En el sector Agro: Caracteristicas: <https://isam.education/logistica-en-el-sector-agro-caracteristicas-principales/>
- Izquierdo Mateu, A. (2013). *Sistemas de Distribucion*. En A. I. Mateu, *Sistemas de Distribucion* (pág. 58). Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/70945/3/Sistemas%20de%20distribuci%C3%B3n_M%C3%B2dulo%201_sistemas%20de%20distribuci%C3%B3n.pdf
- Lopez Pug, G., Canto Flick, A., & Santana Buzzy, N. (2009). El reto biotecnologico del chile habanero. *Ciencia*, 6.
- Luongo, T. (2022 de Diciembre de 2022). *sincla*. Obtenido de Transporte de Frutas y Hortalizas: transporte y diseño de embalajes.: <https://sincla.com/blogs/news/transporte-de-frutas-y-hortalizas>
- Machiano, C. A., & Bumagin, E. I. (1969). *Un Modelo de Comercializacion*. Argentina: Universidad Nacional de Litoral. Obtenido de https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/4810/RU079_08_A006.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PALACIO LEGISLATIVO DE SAN LAZARO. (2020). *Cooperativas Rurales*. Ciudad De Mexico: Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberania Alimentaria. Obtenido de http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/96cooperativa_rural.pdf
- Paz, M. (2015). *Riego Por Goteo*. Argentina: PROSAP. Obtenido de https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_manual_riego_por_goteo.pdf
- Redaccion Agroorganico. (27 de Septiembre de 2017). *Agroorganico*. Obtenido de Aumenta Produccion De Chile Habanero En Tabasco: <https://www.agroorganico.info/aumenta-produccion-chile-habanero-tabasco/>
- Rodriguez, M. (29 de Septiembre de 2017). *Invernaderos CONTUB*. Obtenido de Invernadero de Chile Habanero: <https://invernaderoscontub.com/invernadero-de-chile-habanero/>
- Rodriuez, D. (4 de Agosto de 2019). *Lifeder*. Obtenido de Investigación proyectiva: características y metodología.: <https://www.lifeder.com/investigacion-proyectiva/>
- Secretaria de Bienestar. (2020 de Noviembre de 2020). *Programa Sembrando Vida*. Obtenido de Gobierno de Mexico: <https://www.gob.mx/bienestar/acciones-y-programas/programa-sembrando-vida>

- SEDAFOP. (2008). *Potencialidad de Cultivo de Chile Habanero*. Obtenido de SEDAFOF:
<https://campotabasco.gob.mx/?potencialidades=chile-habanero#:~:text=El%20principal%20factor%20ambiental%20que,Tabasco%20es%20el%20factor%20suelo.>
- Seipasa. (17 de Febrero de 2016). *Seipasa*. Obtenido de Los beneficios de los abonos completos 100% orgánicos:
<https://www.seipasa.com/es/blog/abonos-organicos-completos-beneficios#:~:text=De%20hecho%2C%20favorece n%20la%20proliferaci%C3%B3n,del%20cultivo%20para%20absorber%20agua.>
- SERVICIO DE INFORMACION AGROALIMENTARIA Y PESQUERA. (21 de Marzo de 2018). *SERVICIO DE INFORMACION AGROALIMENTARIA Y PESQUERA*. Obtenido de SISTEMAS DE RIEGO:
<https://www.gob.mx/siap/articulos/en-la-agricultura-los-sistemas-de-riego-son-utilizados-para-un-aprovechamiento-optimo-del-agua?idiom=es>
- South Pacific Logistic. (24 de Agosto de 2020). *South Pacific Logistic*. Obtenido de Exportacion de Chile Mexicano: <https://web.splogistics.com/es/logistica-mexico/exportacion-de-chile-mexicano>
- Tinto Arandes, J. A. (Junio de 2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación. *PROVINCIA*(29), 173. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>
- Universidad Internacional de Riego. (27 de Julio de 2017). *Universidad Internacional de Riego*. Obtenido de Diseño Agronomico en Aspersión:
<https://www.universidadderiego.com/project/disenio-agronomico-en-aspersion/>
- Wikipedia. (30 de Abril de 2022). *Wikipedia*. Obtenido de Riego por goteo:
https://es.wikipedia.org/wiki/Riego_por_goteo
- Zapata Aguilar, J. A., Moo Novelo, C. A., & Perez Akaki, P. (3 de Octubre de 2019). Análisis de la cadena de comercialización del chile habanero de Yucatán y su denominación de origen. *Revista CEA*, 125. doi:<https://doi.org/10.22430/24223182.1406>