



CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

TEMA

**LA PRODUCCIÓN LOCAL DE CAFÉ Y SU INCIDENCIA EN LA
COMERCIALIZACIÓN EN LA EMPRESA BELCET S.A DEL SITIO EL
RODEO DE LA PARROQUIA RIOCHICO**

AUTORES

PATRICIA BEATRIZ VÁSQUEZ GARCÍA

JORGE ANDRÉS MERA VARGAS

TUTOR

ECO. FRANKLIN GARCÍA SANCHEZ

Portoviejo- Manabí - Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

ECO. FRANKLIN GARCÍA SANCHEZ, Catedrático de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

CERTIFICA

Que los egresados **PATRICIA BEATRIZ VÁSQUEZ GARCÍA** y **JORGE ANDRÉS MERA VARGAS**, han realizado el trabajo de titulación con el tema **LA PRODUCCIÓN LOCAL DE CAFÉ Y SU INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN EN LA EMPRESA BELCET SA DEL SITIO EL RODEO DE LA PARROQUIA RIOCHICO**.

El mismo que ha sido desarrollado bajo mi dirección, cumpliendo con eficiencia, capacidad y responsabilidad.

ECO. FRANKLIN GARCÍA SANCHEZ
TUTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR**TRABAJO DE TITULACIÓN**

La Producción Local de Café y su Incidencia en la Comercialización en la Empresa Belcet S.A del sitio El Rodeo de la Parroquia Riochico.

De los egresados **PATRICIA BEATRIZ VÁSQUEZ GARCÍA** y **JORGE ANDRÉS MERA VARGAS**

Sometida al tribunal de sustentación para su respectiva aprobación:

TRIBUNAL

.....
Eco. Julio Silva Ruiz
DIRECTOR DE LA CARRERA

.....
Eco. Franklin García Sánchez
TUTOR

.....
Eco. Francisco Verduga Vélez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
Ing. Andrea Ruiz Vélez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaro que la información recopilada, analizada y aplicada en la presente investigación, del tema LA PRODUCCIÓN LOCAL DE CAFÉ Y SU INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN EN LA EMPRESA BELCET S.A DEL SITIO EL RODEO DE LA PARROQUIA RIOCHICO, de total y exclusiva responsabilidad de los autores.

Patricia Beatriz Vásquez García
AUTORA DE TESIS

Jorge Andrés Mera Vargas
AUTOR DE TESIS

DEDICATORIA

El presente logro va dedicado primero a Dios por haberme dado las fuerzas necesarias para seguir adelante y no decaer.

Luego a mis Padres Letty García y Cesar Vásquez y a mis Hermanos, Karen y Vinicio, los cuales son el motor de mi vida, mi inspiración, mi todo, por ser mi apoyo incondicional durante mi carrera profesional, por estar conmigo en los buenos y malos momentos de este largo camino.

A todas estas personas les dedico mi esfuerzo y sacrificio por haber obtenido este logro profesional.

.Patricia Vásquez

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo investigativo primero a Dios por darme la fuerza espiritual que necesitaba en los momentos más difíciles, a mis padres Ángel Mera y María Vargas que son el pilar fundamental en mi vida que me han sabido guiar por el camino del bien apoyándome, dándome consejos, enseñándome que la vida no solo está llena de momentos felices y que a pesar de las adversidades se puede seguir adelante.

A mis hermanos Sergio y Andrea que más que hermanos mis verdaderos amigos con los que puedo contar en todo momento en quienes puedo confiar.

Y a todos quienes estuvieron presentes de una y otra manera dándome su apoyo y más que toda su comprensión ya que en un trabajo como el realizado se necesita dedicar mucho tiempo y dejar a un lado todo, con la satisfacción de que terminado va a ser una meta en la vida que se ha cumplido.

Jorge Mera Vargas

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento:

A mis padres y hermanos por brindarme un hogar cálido y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos.

A mi Novio Armando Vásquez por el apoyo incondicional que me brindó en todo este tiempo dedicado para llegar a alcanzar esta meta.

A mi Tutor el Eco. Franklin García Sánchez por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia científica en un marco de confianza, afecto y amistad, fundamentales para la corrección de este trabajo.

A mi compañero de Trabajo Jorge Mera por su apoyo en esta investigación.

Al coordinador de Carrera EC. Julio Silva Ruiz por su apoyo y paciencia que tuvieron a lo largo de este tiempo desarrollando mi tesis.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo la que me formo en sus aulas y me permitió ser la profesional de ahora.

Patricia Vásquez García

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado mis pasos a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme sabiduría para tomar las mejores decisiones.

Le doy gracias a mis padres Ángel y María por apoyarme en todo momento, por los valores que me han enseñado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por darme el ejemplo de que una buena vida se consiguió luchando con esfuerzo y sacrificio.

A mis hermanos Sergio y Andrea por ser parte esencial de mi vida y representar la unidad familiar.

A Diana Cedeño, por ser una parte muy importante de mi vida, por haberme apoyado en las buenas y en las malas, sobre todo por su paciencia y amor incondicional.

A Patricia Vásquez por haber sido una excelente compañera de trabajo, por haberme tenido la paciencia necesaria y por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación.

Jorge Mera Vargas



RESUMEN EJECUTIVO

LA PRODUCCIÓN LOCAL DE CAFÉ Y SU INCIDENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN EN LA EMPRESA BELCET S.A. DEL SITIO EL RODEO PARROQUIA RIOCHICO.

Patricia Vásquez García

Jorge Mera Vargas

El presente trabajo tuvo como objetivo determinar si la producción local de café incide en la comercialización en la empresa BELCET S.A. del sitio El Rodeo de la parroquia Riochico. La teoría estuvo relacionada con las variables principales, siendo la variable independiente: producción local de café; y la variable dependiente comercialización, la investigación esta fue desarrollada siguiendo varios tipos de investigación, los cuales permitieron llegar al fin que se tenía previsto, siendo la investigación exploratoria, descriptiva, sintética. La modalidad que se aplicó fue bibliográfica y de campo. Las técnicas que se emplearon fueron la encuesta, entrevista y observación, siendo la población los productores agrícolas del sitio El Rodeo. Con todo esto, se tuvieron insumos para realizar las conclusiones, mismas que son producto de la criticidad de los investigadores; así también la respectiva propuesta alternativa tendiente a solucionar el problema identificado. Quedando a disposición de la colectividad un documento para consulta sobre una temática tan importante que guarda relación con un sector productivo agrícola del cantón Portoviejo.

Palabras claves

Producción. Café. Comercialización. Empresa. Exportación. Mercados. Destino. Bolsa. Valores. Trámites. Agrícola.



Abstract

LOCAL PRODUCTION OF COFFEE AND ITS IMPACT ON THE MARKETING IN THE COMPANY BELCET SA SITE EL RODEO PARISH RIOCHICO.

Patricia Vásquez García

Jorge Mera Vargas

This study aimed to determine if the local coffee production affects marketing company BELCET SA Site Portoviejo El Rodeo. The theory was related to the main variables, being the independent variable: local production of coffee ; and the dependent variable marketing, this research was developed following several types of research , which allowed reaching the end it was planned , still exploratory , descriptive , synthetic research. The method applied was literature and field . The techniques used were the survey, interview and observation, the population being farmers of site Rodeo.

With all this , inputs were taken to make the conclusions themselves are products of the criticality of researchers; well the respective alternative proposal to solve the identified problem. And made available to the community a document for consultation on such an important topic that is related to agricultural production sector Portoviejo Canton

Keywords

Production. Coffee. Marketing. Company. Export. Target markets. Stock Exchange. Export procedures, agriculture.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE	x
INTRODUCCIÓN	
CONTENIDOS	

CAPITULO I

1. ASPECTOS PRELIMINARES	2
1.1. Tema	2
1.2. Problema	2
1.3. Antecedentes del problema	2
1.3.1. Planteamiento del problema	2
1.3.2. Contextualización del problema	3
1.4. Delimitación del problema	4
1.5. Objetivos	4
1.5.1. Objetivo general	4
1.5.2. Objetivos específicos	5
1.6. Justificación	5

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO	7
2.1. Antecedentes investigativos	7
2.2. Fundamentación teórica	14
2.3. Marco conceptual	15
2.4. Fundamentación legal	17

2.5 Hipótesis	18
2.5.1 Hipótesis lógica	18
2.5.2 Hipótesis nula	18
2.5.3 Hipótesis estadística	19
2.6. Identificación de las variables	19
2.6.1 Variable independiente	19
2.6.2 Variable dependiente	19
2.7. Operacionalización de las variables	20
2.7.1 Variable independiente	20
2.7.2. Variable dependiente:	21
CAPÍTULO III	
3. MARCO METODOLÓGICO	22
3.1 Tipos de investigación	22
3.2 Modalidades de la investigación	22
3.3 Métodos y técnicas de la investigación	22
3.3.1. Métodos de la investigación	22
3.3.2. Técnicas de la investigación	23
3.4. Población y muestra	23
3.4.1. Población	23
3.4.2. Muestra	23
3.4.2.1. Tipos de muestra	23
3.5. Recursos	23
3.5.1. Humanos	23
3.5.2. Materiales	24
3.5.3. Tecnológicos	24
3.5.4. Económicos	24
3.6. Fuente y procesamiento de los informantes	24
3.7. Presupuestos de gastos	25
3.8. Cronograma	26

CAPÍTULO IV

4. VARIABLE INDEPENDIENTE	27
4.1. Apoyo estatal al sector agrario	27
4.1.1. Rol del estado en el sector agrario	27
4.2. Financiamiento de actividades	30
4.2.1. La nueva matriz productiva	31
4.2.2. La COOTAD y el fomento productivo	32
4.2.3. El Banco Nacional de Fomento	32
4.2.4. La Corporación Financiera Nacional	34
4.3. El abandono del campo y la agricultura en Manabí	38
4.3.1. Cultivos tradicionales	40
4.3.2. Cultivos no tradicionales	42
4.3.3. La falta de modernización en la agricultura en Manabí	45
4.3.4. Las tierras y la migración campesina	47
4.4. Las semillas	47
4.4.1 Semilla mejorada	48
4.5. Las plantaciones	51
4.5.1. Edad de las plantaciones	51
4.6. Mejoramiento del terreno	53
4.7. Mercados de destino	56
4.7.1. Mercados tradicionales	56
4.7.2. Mercados no tradicionales	57
4.7.3. Otras estrategias de mercado	57
4.8. La Asociatividad	58
4.9. Precios del producto	60

CAPÍTULO V

5. VARIABLE DEPENDIENTE	61
5.1. Propiedad de la tierra	61
5.2. Rentabilidad de la producción de café	62
5.3. Conocimiento de nuevas técnicas de cultivo	63
5.3.1. Aplicación de abonos, y agroquímicos	65

5.3.2. Riego	66
5.3.3. Relación de la aplicación de la tecnología con la productividad	67
5.3.4. Inversión en tecnología	67
5.4. Asesoramiento recibido	69
5.5. Exportaciones nacionales	69
5.6. Comercialización de BELCET S.A.	71
5.6.1. Misión	71
5.6.2. Visión	71
5.6.3. Comercialización de café	71
5.7. Participación Internacional	72
Conclusiones	74

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA	76
6.1. Identificación	76
6.2. Plan de Comercialización	76
6.2.1. Nuevos granos para comercializar	81
6.2.1.1. Maní	81
6.2.1.2. Piñón	82
6.2.1.3. Higuerilla	82
6.2.1.4. Achiote	82
6.2.1.5. Cacao	82
6.3. Segmentación del mercado	83
6.3.1. Canales de distribución	84
6.3.2. Relaciones Públicas	84
6.3.3. Precio	84
6.4. Cronograma	86
6.5. Presupuesto	87
BIBLIOGRAFÍA	88
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. ¿Han recibido capacitaciones sobre técnicas de siembra?	29
Tabla No. 2. ¿Quién le ha proporcionado crédito?	37
Tabla No. 3. ¿Alguna persona de su familia de su entorno familiar ha emigrado a la ciudad por decepción de la actividad agrícola?	39
Tabla No. 4. Cultivos Permanentes De Mayor Producción	41
Tabla No. 5. Cultivos Transitorios De Mayor Producción	42
Tabla No. 6. ¿Los cultivos de café que tiene en su predio son solo de café o asociados a algún otro producto?	44
Tabla No. 7. ¿El grano para sembrar está certificado?	50
Tabla No.8. ¿Cuál es la edad de su plantación de café?	52
Tabla No. 9. ¿Han invertido en el mejoramiento de la calidad del terreno para favorecer a la producción?	55
Tabla No.10. ¿Venden el café en su totalidad al centro de acopio?	58
Tabla No.11. ¿Por qué no vende todo el producto al centro de acopio?	59
Tabla No. 12. ¿Siembran en tierras propias, alquiladas o de otras personas?	61
Tabla No .13. ¿Se encuentra conforme con el precio del café?	62
Tabla No. 14. ¿Qué instituciones los ha capacitado para modernizar las técnicas de cultivo?	68
Tabla No. 15. Exportaciones De Grano De Café De Ecuador	70
Tabla No. 16. Montos vendidos al exterior por BELCET S.A.	72
Tabla No. 17. Cronograma	86
Tabla No. 18. Presupuesto	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1. Superficie agraria por participación de tipos de suelos	28
Gráfico No. 2. ¿Han recibido capacitaciones sobre técnicas de siembra?	30
Gráfico No. 3 ¿Quién le ha proporcionado crédito?	37
Gráfico No. 4. ¿Alguna persona de su familia de su entorno familiar ha emigrado a la ciudad por decepción de la actividad agrícola?	40
Gráfico No. 5. Tipos de cultivo de la provincia de Manabí (2012)	41
Gráfico No. 6. Mapa De Producción Cafetera En Ecuador	44
Gráfico No. 7. ¿Los cultivos de café que tiene en su predio son solo de café o asociados a algún otro producto?	45
Gráfico No. 8. ¿El grano para sembrar está certificado?	50
Gráfico No. 9. ¿Cuál es la edad de su plantación de café?	52
Gráfico No. 10. ¿Han invertido en el mejoramiento de la calidad del terreno para favorecer a la producción?	56
Gráfico No. 11. ¿Venden el café en su totalidad al centro de acopio?	59
Gráfico No.12. ¿Por qué no vende todo el producto al centro de acopio?	60
Gráfico No. 13. ¿Siembran en tierras propias, alquiladas o de otras personas?	61
Gráfico No. 14. ¿Se encuentra conforme con el precio del café?	63
Gráfico No. 15. ¿Qué instituciones los ha capacitado para modernizar las técnicas de cultivo?	68
Gráfico No. 16. Evolución de las ventas de BELCET S.A	73

INTRODUCCIÓN

El café es un producto que se cultiva y sirve de sustento a muchas familias en el país, de esta realidad no se escapa quienes siembran café en el sitio El Rodeo, cuya producción la adquiere el Ing. Igor Ayala gerente propietario de la empresa BELCET S.A. El cual exporta hacia mercados como Alemania, Colombia Estados Unidos de América y Japón,

En el capítulo I los aspectos preliminares incluyeron todo lo relacionado con el problema, es decir planteamiento, contextualización del problema, delimitación del problema, los objetivos y la justificación.

En el capítulo II el marco teórico incluye antecedentes investigativos, fundamentación teórica, marco conceptual, fundamentación legal, hipótesis, la identificación de las variables y la operacionalización de las variables.

En el capítulo III se incorpora el marco metodológico, tipos de investigación, modalidad de la investigación, métodos y técnicas de la investigación, población y muestra, los recursos que se utilizaron, la fuente y procesamiento de los informantes, presupuestos de gastos y el cronograma.

En el capítulo IV se desglosa la variable independiente relativa a la producción local de café.

En el capítulo V la variable dependiente sobre la comercialización de café, el mercado exterior al cual se destina por parte de la compañía BELCET S.A.

En el capítulo VI la propuesta donde se plantea la solución al problema identificado.

CAPITULO I

1. ASPECTOS PRELIMINARES

1.1. TEMA

La producción local de café y su incidencia en la comercialización en la empresa BELCET S.A. del sitio El Rodeo Parroquia Riochico.

1.2. PROBLEMA

Deficiencia en la producción local de café en la empresa BELCET S.A. del sitio El Rodeo Parroquia Riochico.

1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El café es segundo producto más exportado en el mundo, después del petróleo, el primer productor mundial es Brasil, seguido de Colombia, aunque este país es el primero en la producción de café arábigo. En el territorio ecuatoriano hay una gran capacidad productiva en lo referente al café, siendo uno de los pocos países a nivel mundial que exporta café en todas sus variedades: arábigo natural, arábigo lavado y robusta.

En cuanto al cultivo, producción, comercialización, industrialización y exportación del café, es un sector de gran importancia para la economía del país, siendo necesario que los sectores público y privado trabajen de forma mancomunada, con la finalidad de alcanzar un crecimiento sostenido y lograr un mejoramiento en el nivel de vida de los productores dedicados a esta actividad, así como el fortalecimiento y ampliación de las los requerimientos internacionales y el aumento del aporte monetario para la economía ecuatoriana.

Desde hace algunos años atrás la caficultura ecuatoriana en general y en Manabí particularmente, se encuentra sumergida en crisis

principalmente en lo económico, originado, entre otras causas por la baja producción de los cafetales y la escasa calidad del grano.

En el caso concreto del sitio El Rodeo de Portoviejo, por ser zona rural por cientos de años se ha cultivado café, lo que fue aprovechado desde principios del presente siglo por la BELCET S.A. para exportar café, lo que sin embargo ha tenido sus problemas porque no siempre tiene la producción requerida para cubrir los cupos con los importadores. Siendo esto una debilidad que causa perjuicio económicos a los actores agrícolas y exportadora.

1.3.2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

La misión principal de la empresa es proveer al cliente en el mercado interno y externo de café manabita en grano verde, de aquí que la producción de esta materia prima es fundamental para el cumplimiento de las obligaciones y metas financieras de la empresa. En el año 2013 por razones climatológicas una enfermedad del cafeto llamada ROYA se desarrolló vertiginosamente, esto hizo que la cosecha en el 2013 decreciera drásticamente y en el año 2014 las plantaciones de café manabita terminaron prácticamente devastadas por lo que la producción se redujo en un 80%.

Como empresa se ha intentado buscar otros orígenes como son: café robusta en el Oriente o café de Loja para suplir la demanda, por lo menos en parte, de nuestros clientes, es importante recalcar la preocupación del gobierno nacional en implementar mecanismos de ayuda al agricultor cafetalero en la lucha contra la enfermedad antes mencionada, renovando y resembrando las plantaciones, aunque los efectos se verán solo a partir del año 2016.

Solo como dato informativo, BELCET es una empresa que se dedica a la exportación de café verde en grano cuyos principales destinos son: Colombia, EEUU, Alemania y Japón.

De acuerdo a los datos de ANECAFE, (2014) se exportó “en el 2012 cincuenta mil sacos, en el 2013 quince mil sacos, en el 2014 seis mil sacos y para el 2015 se tiene una proyección de diez mil sacos de 69 kilos”.

1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo:	Económico
Área:	Área:
Aspecto:	Comercialización
Problema:	Deficiencia en la producción local de café en la empresa BELCET S.A del sitio El Rodeo de la parroquia Río chico del cantón Portoviejo.
Delimitación espacial:	La investigación se desarrollará en la empresa BELCET S.A del sitio El Rodeo de la Parroquia Río chico.
Delimitación temporal:	El estudio tendrá un periodo de 6 meses comprendido desde septiembre de 2014 hasta marzo de 2015.
Tema:	La producción local de café y su incidencia en la comercialización en la empresa BELCET S.A. del sitio El Rodeo Parroquia Río chico.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar si la producción local de café incide en la comercialización en la empresa BELCET S.A. del sitio El Rodeo de Portoviejo Parroquia Río chico.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Investigar la forma como el Estado ha apoyado al sector cafetalero nacional, en especial a los productores ubicados en la zona de influencia de la empresa BELCET S. A.

Establecer la aplicación de nuevas técnicas de cultivo de café para obtener una mayor rentabilidad y modernización por parte de los agricultores del sector.

Identificar los motivos por los cuales la comercialización de BELCET S. A. con el mercado internacional desde el año 2011 mantiene una tendencia decreciente.

Elaborar una propuesta alternativa para la solución de la baja comercialización de la Empresa BELCET S.A.

1.6. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación será realizado con la finalidad de conocer los problemas de producción de café por los que atraviesa la empresa BELCET S.A. del sitio El Rodeo Parroquia Riochico.

El café al igual que muchos productos agrícolas ecuatorianos ha logrado conquistar mercados internacionales, mismos que por sus exigencias el exportador debe cumplir una serie de requisitos técnicos, sanitarios, entre otros para tener la aceptación de los consumidores. Otro punto a tener en cuenta es lo relativo a los cupos, los mismos tienen que cumplirse según lo estipulado con el importador, ante lo cual el exportador está en la obligación de lograr cubrir la producción. Todo lo citado, tiene gran importancia en la investigación, debido a que son factores de gran importancia a ser tomados en consideración por el exportador.

Los beneficiarios del presente trabajo son todos quienes forman parte de la cadena de producción del café, así como las instituciones estatales como el SRI y todas las que tienen relación con la producción y exportación del producto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Se logró investigar qué:

En la Universidad Nacional de Tres de Febrero en la ciudad de Buenos Aires – Argentina en el mes de noviembre del 2011 se realizó la investigación sobre la “Producción y Comercialización de ostras a Estados Unidos desde la bahía de San Blas, por el autor Omar Fabián Ballesteros y llegó a la conclusión de que al revisar los objetivos de investigación planteados es posible afirmar que se han alcanzado en buena medida, respecto del objetivo general, se ha analizado y evaluado la factibilidad y viabilidad económica de la producción y comercialización de ostras al exterior, focalizando el mercado de Estados Unidos como destino preferencial, si bien también el proyecto fue concebido para comercializar parte de la producción en el mercado interno y el Mercosur, de dimensiones más reducidas.

En la Universidad Veracruzana en la ciudad de Xalapa de Enríquez, Veracruz – México se realizó la investigación con el tema Producción y Comercialización de rosa de corte en el rancho “Los morales” de Tenancingo, edo. de México realizada por los autores Martha Patricia Xotla Zermeño y Rafael Ruiz Cirilo, llegando a la conclusión Considerando los resultados del presente trabajo, se concluye que existe suficiente información técnica para el establecimiento de una explotación comercial de rosas para flor de corte en invernadero, para producir la calidad que se requiere para satisfacer los gustos y preferencias del público consumidor en el mercado nacional e internacional en su amplia gama de variedades y tipos.

En la Universidad Javeriana de Colombia en febrero de 2010 se investigó sobre el tema Plan de Negocios para una Cooperativa Agrícola de trabajo Asociado de Producción y Comercialización de Plátano Orgánico En El Departamento De Cundinamarca por los autores Carolina Ochoa Martínez y Laura Villalobos Cárdenas y llegaron a la conclusión Existen tierras aptas para cultivos de plátano orgánico en proceso de conversión en Cundinamarca que podrían localizarse en municipios como Villeta, Guaduas, Silvania, Girardot, entre otros, que a su vez cuentan con desplazamiento y población vulnerable

En la Pontificia Universidad Católica de Argentina en la fecha 05 de marzo del 2014 se investigó sobre el tema Análisis de la producción y comercialización del Limón en Argentina por el autor Raúl Ignacio Landa, llegando a la siguiente conclusión, En la última década, aumentaron las exigencias para poder importar a los mercados internacionales, relacionadas a cuestiones de sanidad y transmisión de plagas. Por este motivo, surge la necesidad de lograr certificaciones que avalen la calidad del limón argentino. Sin embargo, el sector privado nacional presenta escaso conocimiento sobre las nuevas normas y sistemas de calidad. Existe desconocimiento de la relación costo/beneficio que se puede lograr al utilizar nuevos sistemas como la trazabilidad, certificaciones BPA, BPM, entre otros.

En la Universidad Veracruzana Intercultural de la ciudad de Veracruz – México en octubre del 2009 se investigó acerca de la Producción y Comercialización de la palma camedor en la región de la sierra Santa Marta por los autores René Hernández Luis, Cristina Bautista González, Lorenzo Antonio Bautista y Ana Patricia Sandoval, que lograron concluir con lo siguiente, fue muy enriquecedor porque se generó información útil, que nos ayudaron a reflexionar sobre la situación actual de la palma camedor, problemáticas, necesidades y oportunidades que están viviendo los productores de palma de camedor en la Región Sierra Santa Marta.

En la parte ambiental encontramos que el cultivo de la palma camedor es un sistema productivo con enfoque sustentable al cultivarse bajo sombra y acahuales, esto ayuda en la regeneración del suelo, captación del bióxido de carbono y refugio para la fauna silvestre.

En la Universidad San Francisco De Quito en el año 2012 se investigó el tema producción y comercialización de productos biodegradables desechables a base de maíz, por el autor Jessica Guerron llegando a la conclusión se puede concluir que el actual modelo de negocio es viable, desde el punto de vista financiero, porque presenta un van positivo y una probabilidad de éxito del 90%.

En la parte estratégica aprovecha la fuerte tendencia creciente en el consumo de productos biodegradables, este crecimiento en productos verdes actualmente se ve apoyada por el gobierno y entidades financieras, lo que aporta directamente a la sostenibilidad del proyecto a futuro.

En la Universidad Central Del Ecuador en junio del 2012 se investigó del tema propuesta de mejoramiento a los procesos de comercialización y control de la microempresa "disfruta" dedicada a la distribución de frutas en el mercado mayorista del distrito metropolitano de quito, por la autora Sambache Chicaiza Fernanda Margarita, llegando a la conclusión actualmente disfruta, carece de una gestión formal, por lo que no dispone de un marco estratégico para el desarrollo de sus operaciones.

En la microempresa, falta comunicación entre el personal, lo que genera desorganización y falta de coordinación en las operaciones. La empresa carece de herramientas de gestión informática, que apoyen la toma de decisiones.

En la Universidad Central del Ecuador en el año 2013 se investigó el tema identificación y caracterización de los sistemas de comercialización primaria de la producción familiar campesina en la provincia del Carchi, por el autor Vallejo Mancero Alexis Paúl.

Llegando a la conclusión se identificaron ocho tipo de productores, los mismos que por sus características sociales, económicas y productivas, tienen diferentes formas de ingreso en el proceso de comercialización primario, insertándose en tres diferentes sistemas de comercialización: sistema de comercialización primario indirecto largo; sistema de comercialización primario indirecto corto y el sistema de comercialización primario directo consumidor, aceptando la hipótesis nula, la cual afirma que el acceso desigual a los factores de producción, incide en la productividad e ingreso hacia los distintos sistemas de comercialización primarios.

En la Universidad Central Del Ecuador se realizó una investigación sobre el Estudio de factibilidad para la producción, comercialización de pimienta negra por el autor Córdova Núñez Juan Carlos en septiembre 2012 llegando como conclusión el cultivo de pimienta del presente estudio constituye una actividad rentable a ser desarrollada en sectores tropicales y subtropicales del país.

Sin embargo, es necesario dimensionar adecuadamente en oportunidad para no crear un problema de sobreoferta que se refleje en una caída de precios y el consecuente problema de rentabilidad.

En la Universidad Central del Ecuador el autor Mendoza Erazo María Fernanda en octubre 2012 realizó una investigación sobre estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de un yogurt a base de pan en el distrito metropolitano de quito llegando a la conclusión es factible la creación de una empresa

dedicada a la producción y comercialización de un yogurt a base de pan en el distrito metropolitano de Quito.

A esta conclusión se ha llegado realizando el estudio administrativo, empleando métodos analíticos, inductivos, deductivos dentro de la estructura organizacional; realizando el estudio de mercado, el mismo que nos ayudó a ver cómo se desarrolla la actividad económica de la producción y comercialización de yogurt a base de pan; realizando el estudio técnico, el mismo que nos ayudó a tener una visión clara sobre la factibilidad del proyecto, objeto de estudio; diseñando un plan de negocios mediante la aplicación de las teorías administrativas, mercadotécnicas, contables y financieras que demuestran la viabilidad de la empresa.

En la Universidad Técnica de Manabí se realizó una investigación con el tema análisis de la producción y comercialización de los productos lácteos de Indulac S.A. Y su participación en las ventas del cantón Portoviejo. Periodo 2004-2008, que fue elaborada por los autores Salarza Bermúdez Nelly Lourdes y Vera Villamar Celinda Asunción el 11 de julio de 2011, llegando a la siguiente conclusión existe una demanda potencial del producto principal de Indulac S.A la leche, no así los demás derivados lácteos. Los mismos que no son demandados por la ciudadanía portovejense a causa de que estos no tienen mayor oferta en el mercado manabita.

El nivel de conocimiento del producto por parte de los consumidores no es muy significativo, por tanto se puede decir que existe poca comercialización en el mercado manabita. La calidad de leche es un factor determinante para la elaboración de todos los productos que Indulac procesa; por lo tanto es importante que los proveedores sean capacitados y concientizados en cuanto a la elaboración y calidad de productos y materia prima que ellos producen.

En la Universidad Técnica de Manabí se realizó una investigación con el tema “análisis de la producción y comercialización de la fruta kiwi, y su repercusión en el desarrollo socio-económico del Ecuador y la provincia de Manabí. Periodo 2007-2009” por los autores Bravo Mendoza Walter Eli y Bravo Mendoza María Lorena en la siguiente fecha 14 de junio de 2013 llegando a la conclusión el proceso de siembra del kiwi en la provincia de Manabí se encuentra en una fase Inicial, debiendo divulgarse los beneficios de esta fruta entre los empresarios de la provincia.

El principal factor del poco crecimiento de la fruta kiwi, está dado por el desconocimiento de los beneficios del mismo.

En la Universidad Técnica de Manabí se realizó una investigación con el tema estrategias de comercialización para la venta de arroz que permitan la ampliación de nuevos mercados en la Cooperativa Eloy Alfaro de la comunidad de San Bartolo de Charapotó, el 30 de octubre de 2013 elaborada por los autores Cruzate Chávez María Nathaly, Demera Lucas Shirley Maricela, Loo Bazurto Jessica Katherine y Ostaiza Zambrano Daniel Enrique, al haber desarrollado este trabajo comunitario cuyo propósito estuvo encaminado a la ejecución de un plan de capacitación sobre comercialización gestión administrativa y liderazgo que beneficie a los miembros de la Cooperativa Eloy Alfaro:

Los miembros de la Cooperativa Eloy Alfaro consideraron que este tipo de eventos son de gran relevancia, y que es muy importante que se continúen realizando con temas nuevos que les permita seguir adquiriendo conocimientos que les brinden la posibilidad de superarse en el ámbito social, económico, entre otros.

Cada tema que se impartió a los integrantes de la Cooperativa Eloy Alfaro, les sirvió para aumentar el nivel de conocimiento, desarrollar habilidades y actitudes y despertar interés por mejorar su nivel de vida,

sin dejar de considerar que este programa impartido sólo ayudó en cierta parte en su crecimiento personal, pero para lograr un completo desarrollo es necesario que se les siga brindando de manera constante capacitaciones.

En la Universidad Técnica De Manabí se realizó una investigación con el tema diseño y ejecución de un plan de capacitación que fomente la producción e incida en el desarrollo socioeconómico dirigido a los integrantes de la asociación artesanal “6 de enero”, del cantón Junín, periodo 2012. Elaborada el 26 de agosto 2013 por los autores Cadena Intriago Luis Ernesto, Carillo Almeida Karla María, Moreira Macías Silvia Roxana y Serrano Barreiro María José, llegando a la conclusión que dentro del cantón Junín existen numerosas comunidades, a las cuales no se les brinda programas de capacitaciones con la finalidad de mejorar su calidad de vida en el aspecto económico, ya sea con la formación de microempresas o negocios.

Además, en dichos sitios, las capacitaciones serían de gran ayuda para fomentar el desarrollo socioeconómico e intelectual, logrando impulsar lo mejor que el cantón tiene, como son los recursos agrícolas, humanos, entre otros.

El programa de capacitación desarrollado en la asociación “6 de enero” se realizó con mucho éxito, lo que motivó a los participantes fueron las charlas de emprendimiento empresariales impartidas, a fin de ampliar sus conocimientos e instruirse en otras áreas necesarias para su desempeño personal y comercial.

En la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí se realizó una investigación con el tema proyecto para la producción y comercialización del limón sutil orgánico en el sitio la pila del cantón Montecristi de la provincia de Manabí el año 2009 por los autores Macías Silva Héctor

Efrén y Bowen Alcívar Carlos Manuel llegando a la conclusión que la investigación de mercado indica que existe una demanda insatisfecha por productos naturales que beneficien a la salud, y el medio ambiente en el cual se lo ejecuta, puesto que estos proyectos aprovechan los recursos naturales de una manera sostenible.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Se procede a citar fundamentos teóricos relativos con la investigación: Koontz y Weihrich sostienen con respecto a la organización que “la organización es, en esencia, una división del trabajo entre las personas para alcanzar unos objetivos específicos. Esta se produce cuando hay muchas tareas que realizar y cuando tiene lugar un desarrollo adicional de las actividades actuales” (1998).

Para Yáñez (1999) con respecto a la producción natural afirma que: “las razones para explicar el por qué privilegiar el consumo de estos productos, podemos clasificarlas en tres grandes grupos, las cuales han llevado a los alimentos orgánicos ha posesionarse como una alternativa para una alimentación saludable” (p.28).

Sánchez (2005) manifiesta: “Empresa como la entidad u organización la que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y servicios en general, para satisfacer las diversas actividades de la sociedad” p.1.

Jácome (2005), afirma: La oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda. p.76

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Se procede a citar algunos conceptos que guardan relación con el tema enunciado:

Ishikawa (1986) define a la **calidad** como “desarrollar”, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, útil y siempre satisfactorio para el consumidor” (p.13).

Marx, (1984) indica que El **capital** es la potencia económica, que lo domina todo, de la sociedad burguesa. Debe constituir el punto de partida y el punto de llegada. (p.75)

Según el autor Jerome Mc. Carthy (1987) indica que la **Comercialización** es la relación de las actividades que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa (p.34)

John Stuart Mill (2008) define al **Crédito** como el permiso para utilizar el capital de otras personas (p.51)

Mark Skousen (1994) define que la **Economía** es el estudio de como los individuos transforman los recursos naturales en productos y servicios finales que pueden usar las personas. (p. 152)

Para Idalberto Chiavenato (1993) la **Empresa** es una entidad social que utiliza un sin número de recursos para lograr objetivos deseados, se señala también que el fin de una empresa puede ser no solo el lucrarse, o encaminados en la búsqueda de un fin social que les permita satisfacer las necesidades de los consumidores (p.65)

Según Daniels y Radebaugh (2004), la **exportación** es el medio mas común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades

internaciones. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventar. (p. 352)

Para Sotero Amador, Javier Romano y Mercedes Cervera (2007) el **Flujo de efectivo o cash flow** es una herramienta que informa sobre el uso de los activos monetarios que representan lo monetario y otros activos líquidos equivalentes los mismos que son clasificados en movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio contable. (p.8.)

Según Alexander, Sharpe y Bailey (2003) **Inversión** lo definen en su sentido mas amplio como: sacrificar dinero actual por dinero futuro. Por lo general, entran en juego dos atributos diferentes -tiempo y riesgo- (p.415)

Diego Rivadeneira (2012) sostiene que la **Macro comercialización** es un ciclo al que se encamina el flujo de bienes y servicios de una sociedad económica, desde el sector productivo hasta el consumidor, de una manera que proporciona verdaderamente la oferta y la demanda logrando los objetivos de la sociedad. (p.35)

Diego Rivadeneira (2012) afirma que la **Micro comercialización** es la realización de actividades para poder cumplir los objetivos de una empresa pronosticando las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una relación de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (p.37)

Según Fridriech Engels (1979) plantea que la **producción** es la concepción materialista de la historia parte de la proposición de que la producción de los medio de sustento de la vida humana, junto con la

producción y el intercambio de las cosas producidas es la base de la estructura social (p.32)

Según Philip Kotler y Gary Armstrong (2012) afirman que un **Producto** es cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado, para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer una necesidad. Sin embargo esta teoría de producto no solo se refiere a objetos físicos; sino también cualquier elemento que pueda satisfacer una necesidad puede llamarse producto (objetos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas) (p.235)

Chiavenato (1999) certifica que “Los **recursos** son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. La administración requiere varias especializaciones y cada recurso una especialización.” Chiavenato (p.489).

Para John Rawls (2009) manifiesta que la **Utilidad** se mide mediante algún procedimiento independiente de las elecciones que implica riesgo, postulando una capacidad para jerarquizar diferencia entre diversos niveles de satisfacción (p.162)

2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Se hará uso de los siguientes cuerpos legales que sustentarán el desarrollo de la presente investigación:

Constitución de la República del Ecuador

Art. 281.-

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.

Plan Nacional para el Buen Vivir

Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

Código Orgánico de la Producción

Art. 1.- **Ámbito.**- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional

Ley de la Economía Popular y Solidaria

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

2.5 HIPÓTESIS

2.5.1 HIPÓTESIS LÓGICA

La producción local de café incide significativamente en la comercialización de BELCET S.A. del sitio el rodeo parroquia Río chico

2.5.2 HIPÓTESIS NULA

La producción local de café no incide significativamente en la comercialización de Belcet S.A. del sitio El Rodeo parroquia Riochico.

2.5.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

VI = A

VD = B

H1 = Hipótesis Lógica

H0 = Hipótesis Nula

H1 = $A > B$

H0 = $A \leq B$

2.6. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Producción local de café

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Comercialización

2.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.7.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: Producción local de café

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA
Según Fridriech Engels (1979) plantea que la producción es la concepción materialista de la historia parte de la proposición de que la producción de los medio de sustento de la vida humana, junto con la producción y el intercambio de las cosas producidas es la base de la estructura social (p.32)	Productores	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo estatal • Financiamiento de actividades • Abandono del campo 	¿Han recibido capacitaciones sobre técnicas de siembra? ¿Quién le ha proporcionado crédito? ¿Alguna persona de su familia de su entorno familiar ha emigrado a la ciudad por decepción de la actividad agrícola?	Encuesta a los productores agrícolas de café.
	Técnicas de cultivo	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de semilla mejorada. • Edad de las plantaciones. • Mejoramiento del terreno. 	¿El grano para sembrar está certificado? ¿Cuál es la edad de sus plantaciones? ¿Han invertido en el mejoramiento de la calidad del terreno para favorecer a la producción?	Encuesta a los productores agrícolas de café
	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Venta del producto • Asociatividad • Precios del producto 	¿Venden la totalidad del producto al centro de acopio?	Encuesta a los productores agrícolas de café

2.7.1. VARIABLE DEPENDIENTE: Comercialización en la empresa BELCET S. A.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA
Según el autor Jerome Mc. Carthy (1987) indica que la Comercialización es la relación de las actividades que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa (p.34)	Abandono de la tierra.	<ul style="list-style-type: none"> • Propiedad de la tierra. • Rentabilidad de la producción de café. 	<p>¿Siembran en tierras propias, alquiladas o de otras personas?</p> <p>¿Se encuentra conforme con el precio del café?</p>	Encuesta a los productores agrícolas de café
	Asesoramiento sobre nuevas técnicas de cultivo	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de nuevas técnicas de cultivo. • Asesoramiento recibido. 	<p>¿Qué instituciones los ha capacitado para modernizar las técnicas de cultivo?</p> <p>¿Por qué no aplican los conocimientos adquiridos?</p>	Encuesta a los productores agrícolas de café
	Pérdidas de cuotas de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Exportaciones nacionales. • Comercialización de BELCET. • Participación internacional. 	<p>¿A qué mercados exporta?</p> <p>¿Cómo hicieron para llegar a mercados tan lejanos como Japón y Alemania?</p> <p>¿Qué requieren los mercados extranjeros?</p>	Entrevista a funcionarios de la empresa BELCET S. A.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo se desarrollaron varios tipos de investigación que permitieron llegar a un fin, se hizo uso de la investigación exploratoria en el momento de diagnosticar el problema en la empresa Belcet S.A, la investigación descriptiva permitirá comparar dicho problema con otras realidades, ya sean internacionales, nacionales y locales, la analítica al momento de la interpretación de los datos que se hayan recopilado en la investigación, cuando necesitemos realizar las conclusiones tendremos que utilizar la investigación sintética ya que nos permitirá determinar dicha conclusión y para finalizar la investigación propositiva que nos permitirá dar una solución el problema que se está investigando.

3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de investigación que se aplicó fue bibliográfica la cual permitió encontrar las fuentes de carácter documental como son libros, artículos, periódicos, ensayos; y la modalidad de campo la cual se realizara con las encuestas que se realizaran a los productores de café y daremos uso de la entrevista al Directorio de la empresa BELCET SA.

3.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizaron métodos para un mejor desarrollo de la investigación, siendo inductivo al momento en que se realizó la investigación y con las encuestas se podrá extraer conclusiones de manera general, analítico ya que se analizara la problemática y con la cual se podrán explicar sus causas, deductivo ya que se parte de una hipótesis y el método cuantitativo - estadístico ya que se realizara encuestas y se obtendrán varios datos que se representaran de manera numérica y gráfica a través de cuadros estadísticos.

3.3.2. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Las técnicas a emplearse serán la encuesta, entrevista y observación.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. POBLACIÓN

Estará comprendida por la población total del sitio El Rodeo, sumado a personas conocedoras del tema, a quienes se les hará llegar las respectivas guías de encuesta y entrevista.

3.4.2. MUESTRA

En vista de que no son muchos los productores de café se acoge a la población en su totalidad para realizar las encuestas.

3.4.2.1. TIPOS DE MUESTRA

La muestra es una herramienta de mucha importancia en la investigación científica, tiene como función básica determinar la parte de la población que debe ser examinada o que prestará ayuda en las respuestas que se deseen conseguir a través de las respectivas guías de encuesta y entrevista.

Para la investigación se utilizará la muestra probabilística, porque todos los miembros tienen la misma probabilidad de participar en la investigación.

3.5. RECURSOS

3.5.1. HUMANOS

Investigadores

Director de tesis

Tribunal de revisión

Productores agrícolas

Exportadores

3.5.2. MATERIALES

Suministros de oficina

Hojas de papel bond A4

Textos

3.5.3. TECNOLÓGICOS

Computadora portátil

Computadora de escritorio

Pen drive

Cámara fotográfica

Internet

3.5.4. ECONÓMICOS

El valor total es de \$1,639.00, siendo cubierto en su totalidad por los investigadores.

3.6. FUENTE Y PROCESAMIENTO DE LOS INFORMANTES

La fuente primaria serán los productores agrícolas, así como los exportadores y personas que conozcan del tema, a quienes se los encuestará y entrevistará. Luego de obtener la información cuantitativa, ésta se procede a tabularlas y graficarlas por medio del programa informático Excel, con el respectivo análisis e interpretación de los resultados.

3.7. PRESUPUESTOS DE GASTOS

RUBROS DE GASTOS	VALOR
Suministros de oficina	\$150.00
Material bibliográfico	\$210.00
Suministros tecnológicos	\$890.00
Transcripción de escritura	\$60.00
Viáticos	\$180.00
Imprevisto	\$149.00
TOTAL	\$1,639.00

CAPÍTULO IV

4. VARIABLE INDEPENDIENTE

4.1. APOYO ESTATAL AL SECTOR AGRARIO

4.1.1. ROL DEL ESTADO EN EL SECTOR AGRARIO

El régimen del Buen Vivir, instaurado en la Constitución de 2008, plantea a la Economía Popular y Solidaria como un nuevo esquema de desarrollo que deberá garantizar la democratización de los diferentes factores de producción y el cumplimiento de la ley.

Ecuador es una de las primeras naciones sudamericanas que incorpora en su texto constitucional la “soberanía alimentaria” como tal, tratando con ello de cortar la dependencia con los llamados países del primer mundo en esta materia. Los artículos 281 y 282 de la Constitución de 2008, establecen el marco legal que respalda a este régimen, donde el uso y acceso a la tierra es uno de los temas claves.

El artículo 281 señala que la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente; mientras que el artículo 282, en cambio, faculta al Estado normar el uso y acceso a la tierra bajo principios sociales y ambientales; prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes.

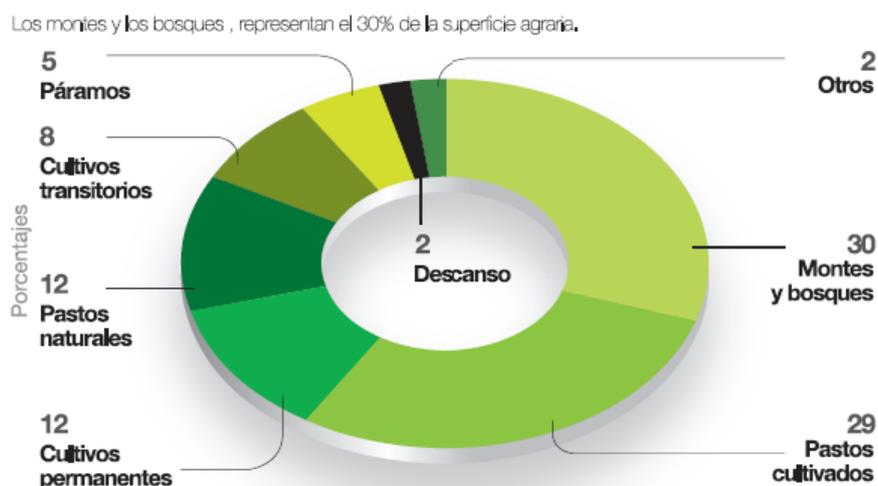
La soberanía alimentaria reconoce una agricultura con campesinos, indígenas y comunidades pesqueras, vinculada al territorio, prioritariamente, orientada a la satisfacción de las necesidades de los mercados locales, nacionales e internacionales; una agricultura que tome como preocupación central al ser humano que preserve, valore y fomente la multifuncionalidad de los modos campesinos e indígenas de producción

y gestión del territorio rural; y valore las ventajas económicas, sociales, ambientales y culturales para los países que cuentan con agriculturas en pequeña y mediana escala, sobre todo, las familiares, campesinas e indígenas.

La seguridad alimentaria se debe diferenciar de la soberanía, porque mientras la primera se refiere a tratar de contar con la cantidad necesaria de alimentos sanos e ino cuos que requiere la población para alimentarse y nutrirse en un tiempo sustentable, la soberanía se relaciona con el control de los factores que intervienen en el cadena de producción de los alimentos; es decir, implica controlar los procesos tecnológicos, genéticos y las condiciones productivas, la soberanía no es solamente disponer de los bienes sino controlarlos.

Grafico No 1

Superficie agraria por participación de tipos de suelos



Fuente: INEC –Diseño editorial masQmenos

Los mal llamados gobiernos socialistas del siglo XXI que son mayoría en Sudamérica han llegado al poder al interpretar el clamor popular que solicitaba una repartición más equitativa por parte del gobierno de la riqueza nacional, es en este contexto que en Ecuador tratando de pagar lo que el señor Presidente denomina la “Deuda Social”, desde que llegó al poder ha creado o incrementado una serie de subsidios o adoptado

medidas que tienen como finalidad principal la de atender a los sectores tradicionalmente marginados, en el sector campesino tenemos muestras de esto con la entrega de kits agrícolas, urea subsidiada, incautación de haciendas de terratenientes para entregarlas a sus trabajadores, fortalecimiento de los sistemas asociativos de producción, condonación de deudas en el Banco Nacional de Fomento (BNF), líneas de créditos con tasas preferenciales en el BNF y la Corporación Financiera Nacional (CFN), etc.

Lamentablemente, las buenas intenciones del gobierno por ayudar al sector agrario no han llegado al sector cafetero de Manabí, en especial al que está ubicado dentro de la zona de influencia de la empresa BELCET S. A., según lo confirman ellos mismos en una de las preguntas de la encuesta realizada y la tendencia decreciente de producción que han tenido a partir del año 2012.

Pregunta No 1 ¿Han recibido capacitaciones sobre técnicas de siembra?

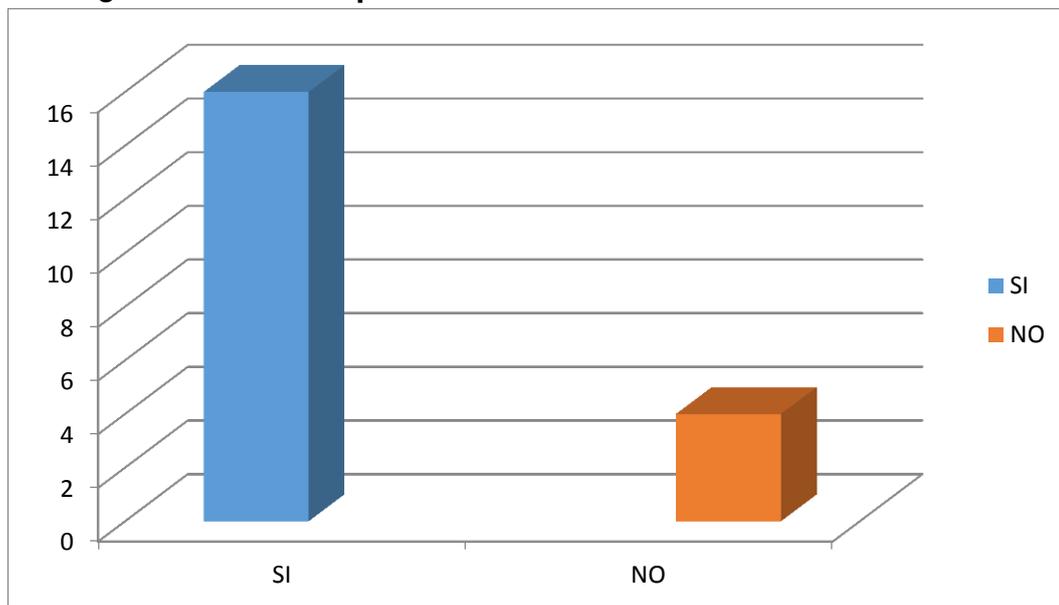
Tabla No. 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80%
No	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No 2
¿Han recibido capacitaciones sobre técnicas de siembra?



Fuente: Proveedores de BELCET S. A.
 Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- El 80% de los entrevistados aceptaron que si han recibido Capacitación sobre técnicas de siembra, aunque la mayoría de estas están vinculadas con personal de empresas proveedoras de insumos agropecuarios y no de entidades públicas, especialmente en el sector de café. Por tener sus plantaciones asociadas a otros productos (principalmente el plátano), por ahí se da el interés del asesoramiento.

4.2. Financiamiento de Actividades

Cuando se trata de financiar las actividades siempre el pequeño agricultor del sector se ha encontrado con el inconveniente de carecer de recursos para invertir en los procesos productivos, sea en implementaciones tecnológicas o adquisiciones de insumos.

El BNF ha cumplido con su rol tradicional, pero el campesino manabita tiene fama de no honrar sus obligaciones financieras, a pesar de que el gobierno ha dispuesto líneas especiales de crédito para el sector, la mayor parte de ellos no son sujetos de crédito y quienes sí lo son, no requieren de préstamo alguno.

4.2.1. La nueva matriz productiva

Dentro de las estrategias diseñadas por el gobierno del Economista Rafael Correa para evitar que las divisas se vayan del país, se ha implementado aquella que la ha denominado el cambio de la matriz productiva que consiste en dejar de exportar productos primarios y en su lugar venderlos industrializados, con valor agregado.

En este ámbito, entran una serie de productos tradicionales como son el cacao, café, banano, plátano, etc., a cuyos productores se está procediendo a capacitar para industrializar su producción, evidenciándose esto en Manabí con el apoyo que se ha otorgado a la empresa Fortaleza del Valle, principal comercializadora de cacao fino de aroma en nuestra provincia, quien cuenta con más de 900 socios y en los actuales momentos además de vender a Estados Unidos y La Unión Europea su producto, está procediendo a elaborar chocolate amargo y licor de cacao, lo cual le valió para que el mismo Vicepresidente de la República visite sus instalaciones en el cantón Bolívar para felicitarlos por el éxito alcanzado en sus actividades.

Ilustración

Chocolate amargo producido por Fortaleza del Valle.



4.2.2. LA COOTAD Y EL FOMENTO PRODUCTIVO

Como lo indica Fredy Loza Gallegos en su artículo “El fomento productivo en el desarrollo local” el fomento productivo se está escuchando con énfasis en el lenguaje de los gobiernos de turno ya sean local y nacional, y estas palabras se escuchan repetitivamente en época de elecciones.

“La palabra casi no se lo menciona en la Constitución vigente, Es en el Código de la Producción y en su reglamento donde se empieza a utilizarse, y en el COOTAD toma una espacio importante ya que se la utiliza para nombrar a una de las competencias de los gobiernos locales.

El objetivo del Fomento Productivo es lograr que todo el sector productivo, en todas sus categorías sea más competitivo y pueda participar sin ningún problema en un mundo globalizado, con la finalidad de generar riqueza que permita dar bienestar a nuestro pueblo. Entendiéndose por "riqueza" no solo lo "metálico" sino principalmente el entorno de la calidad de vida que permita conseguir el Buen Vivir o el Sumak Kawsay.

Para que el "fomento productivo" tenga el resultado deseado hay que entender que está destinado para todo el aparato productivo, o como ahora se le denomina a todo el ecosistema productivo, esto es micro, pequeño, mediano, gran productor y principalmente a un sector que no hemos considerado y muy importante como son los inversionistas”.

4.2.3. EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO

El año 1937, el Dr. Isidro Ayora presidente constitucional de Ecuador de esa época, mediante mandato Ejecutivo del 27 de Enero de 1928 anunciado en el Registro Oficial No. 552 del mismo mes y año, crea el Banco Hipotecario del Ecuador, quien en un inicio funciona como una

sociedad anónima, pero a partir de 1937 se transformó en institución privada con finalidad social y pública, autónoma y ligada a su propia legislación y reglamento.

El 14 de octubre de 1943 se expidió la ley que convirtió al Banco Hipotecario en el Banco Nacional de Fomento Provincial, la misma que fue anunciada en el registro Oficial No. 942 con fecha 20 de octubre de 1943, durante el régimen del Doctor Carlos Alberto Arroyo del Río, Luego, mediante Decreto No. 327 del 28 de marzo de 1974, publicado en el Registro Oficial No. 526 del 3 de abril del mismo año, se remite la nueva Ley Orgánica del Banco Nacional de Fomento. Con esta Ley el BNF obtiene su propia autonomía financiera, económica y técnica.

Misión

Impulsar con la participación de actores locales y nacionales, la inclusión, asociatividad y control social, mediante la prestación de servicios financieros que promuevan las actividades productivas y reproductivas del territorio, para alcanzar el desarrollo rural integral.

Visión

Al 2017 consolidarse como la institución articuladora del desarrollo rural, mediante la provisión de servicios financieros confiables, eficientes y eficaces, que promuevan en el espacio rural el desarrollo de las familias, comunidades y sectores productivos estratégicos para el país.

Entre las reformas implementadas por el gobierno en esta institución se establece que el crédito se ampliará al sector forestal, acuicultor, pesquero, turístico y minero. Del mismo modo se concretaron los tipos de crédito que se brindaran para fomentar y desarrollar no solo al sector agrario sino también a los créditos de tipo comercial, de consumo y microcrédito.

El nuevo reglamento, pide al Estado que incluya los seguros como mecanismo forma de protegerse contra riesgos y como un plan de contingencias que pueda llegar a afectar la cancelación de los créditos al Banco. Este seguro deberá cubrir con la aportación del Estado y el favorecido del préstamo.

Lamentablemente, la informalidad del sector agrario en sus cumplimientos con el sector financiero ha provocado que muchos de ellos sean declarados como personas no calificadas para acceder a un crédito y los que califican poco lo solicitan.

Se creó el crédito 555, el cual consistía en créditos hasta por \$5,000 al 5% de interés y a 5 años plazo, pero en la práctica no resultó, porque básicamente ni siquiera cubría el valor de la inflación en ese periodo de tiempo, sumado a ello, el campesino no pagaba.

4.2.4. LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

La Corporación financiera Nacional (CFN), es una institución financiera pública, cuya misión consiste en encaminar productos financieros y no financieros incluidos en el Plan Nacional del Buen Vivir que servirán a los sectores productivos del país.

La acción institucional está enmarcada dentro de los estatutos de los proyectos del Gobierno Nacional encaminados a estabilizar y dinamizar la economía, convirtiéndose en un ente decisivo para la consecución de las reformas emprendidas.

Lleva un ritmo de acción coherente con los objetivos nacionales, que brinda un empuje necesario para que los sectores productivos puedan enfrentar en condiciones óptimas a la competencia exterior. El sector privado está preparado para el emprendimiento de grandes proyectos con la incorporación de sofisticados y modernos procesos tecnológicos que

van acorde con los requerimientos de la colectividad y la globalización del siglo actual.

La CFN tiene una extendida red de agencias filiales independientes y con jurisdicciones en todo el territorio ecuatoriano, permitiéndoles brindar a los sectores más apartados de las principales capitales de provincia reflejando óptimos niveles de operatividad y colocación de créditos.

La CFN durante su trayecto institucional, ha afianzado su actividad crediticia, fortaleciendo la confianza al sector productivo en especial a la micro y pequeña empresa siendo el soporte adicional en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de acuerdos con otras instituciones para el desarrollo productivo buscando mejorar y resaltar la gestión empresarial como origen de competitividad ya sea a mediano y largo plazo.

Si bien, las actividades agrícolas no se encuentran entre las cinco industrias beneficiadas por este ente financiero (astillero, siderúrgica, petroquímica, metalurgia y refinería), ni los catorce sectores priorizados en su accionar, sin embargo se han creado programas de emergencia que están atendiendo, entre los que se considera al sector agropecuario.

Ilustración

14 Sectores Priorizados



PROGRAMA DE EMERGENCIA PARA EL SECTOR AGROPECUARIO:

- Beneficiario: certificado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y pesca acorde a lo señalado en sus procedimientos de emergencia.

- Acciones Financiadas: Agropecuarias.

- Tasa: Tasa vigente menos 1 punto.

- Financiamiento: Hasta el 80% del valor del Proyecto.

- Período de Gracia: Para la pérdida total del cultivo, aplicará a principal e intereses.

- Garantías: Se aceptará la garantía de los sembríos de ciclo largo, hasta el costo de realización que señale el perito calificado.

¿CUÁL ES EL PROCESO A REALIZAR?

El interesado debe dirigirse a cualquier agencia de la Corporación Financiera Nacional. El trámite es personal.

Las operaciones de la CFN a este sector se priorizan a las asociaciones de productores y los montos van de \$50,000 a \$45'000,000 por lo que es muy difícil que en forma aislada puedan acceder a estos beneficios y en forma conjunta también por la serie de requisitos que deben cumplir y la escasa cultura de pago existente en el sector. En la sierra ecuatoriana si se han otorgado este tipo de créditos a asociaciones de productores, quienes cumplen con toda la cadena productiva en industrias lácteas por ejemplo, más bien se orientan a financiar actividades de alimentos procesados

Pregunta No. 2 ¿Quién le ha proporcionado crédito?

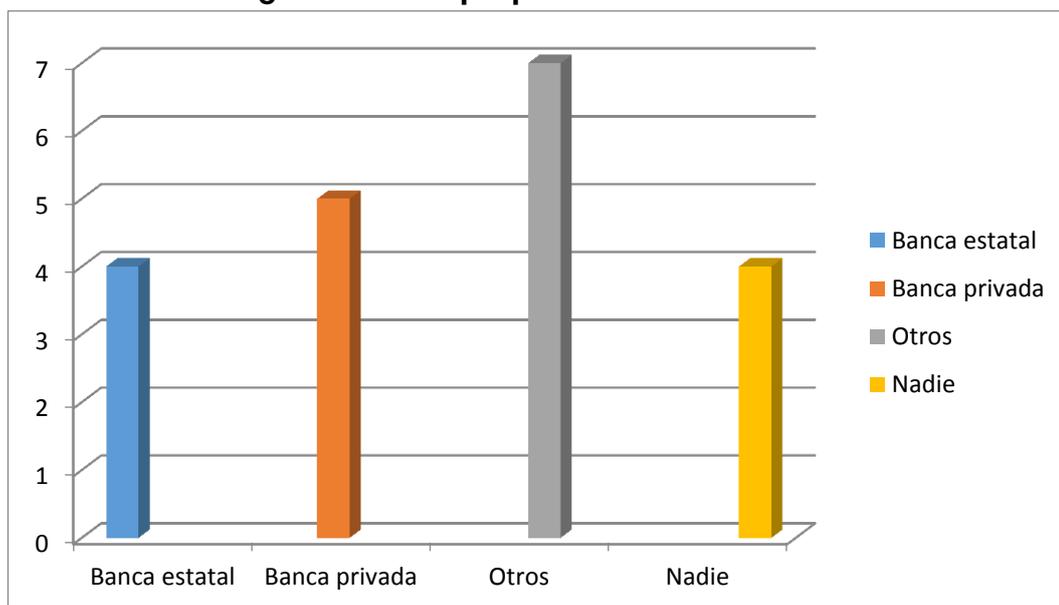
Tabla No. 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Banca estatal	4	20%
Banca privada	5	25%
Otros	7	35%
Nadie	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 3
¿Quién le ha proporcionado crédito?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- El 20% de los productores respondieron que han tenido acceso a créditos estatales. El 25% que han tenido acceso a créditos privados. El 55% no han tenido crédito de ninguna institución, debido a que no son sujetos de crédito o por el temor de quedar endeudado y no

estar en condiciones de cubrir dicha deuda, lo que provoca que a la larga sean víctimas de los dueños de los centros de acopio, de las casas vendedoras de productos agrícolas o de los chulqueros, quienes han financiado el 35% de estas actividades, mientras que el restante 20% no han tenido apoyo alguno, lo que demuestra una de las mayores falencias del gobierno en el apoyo que debe brindar a este sector.

4.3. EL ABANDONO DEL CAMPO Y LA AGRICULTURA EN MANABÍ

Manabí es una provincia de Ecuador, ubicada en la región costera y que goza de algunas ventajas comparativas en relación a otras provincias de este país y por qué no decirlo, del mundo entero.

Su tamaño, la topografía y la estabilidad climática provocan que su tamaño agrícola sea bien desarrollado y estable durante todo el año, motivo por el cual diversos gobiernos de turno a través de la historia han volcado esfuerzos por potencializar este sector al cual muchos entendidos en la materia consideran como estratégico para mantener la soberanía alimentaria.

Los recursos hídricos naturales de la provincia son determinantes para este sector y afortunadamente se cuentan con recursos subterráneos que equivalen al 65% del agua superficial, sin considerar en este aspecto las represas construidas y en construcción con la finalidad de apuntalar esta actividad.

Los cultivos más representativos de la provincia son café, cacao, plátano, maíz duro seco, arroz, y frutas cítricas como limón, toronja, naranja, mandarina y maracuyá. Más de 14.000 ha de terrenos con riego están produciendo pimienta (2 mil hectáreas), tomate (3 mil hectáreas), sandía (2 mil hectáreas), yuca (1 mil hectáreas), limón sutil (1 mil hectáreas), cebolla perla (3 mil hectáreas) y maracuyá (2 mil hectáreas).

A pesar de las bondades de la naturaleza y los esfuerzos de los sectores público y privado, este sector no logra consolidarse debido a la influencia de factores endógenos y exógenos que limitan la productividad que se debería obtener en esta actividad, que van desde la propia idiosincrasia de la gente, hasta las dificultades que se tienen para aplicar en forma eficiente mejoras en las técnicas de cultivo y la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), sin dejar de lado las exigencias de los mercados.

PREGUNTA 3.- ¿Alguna persona de su familia de su entorno familiar ha emigrado a la ciudad por decepción de la actividad agrícola?

Tabla No. 3

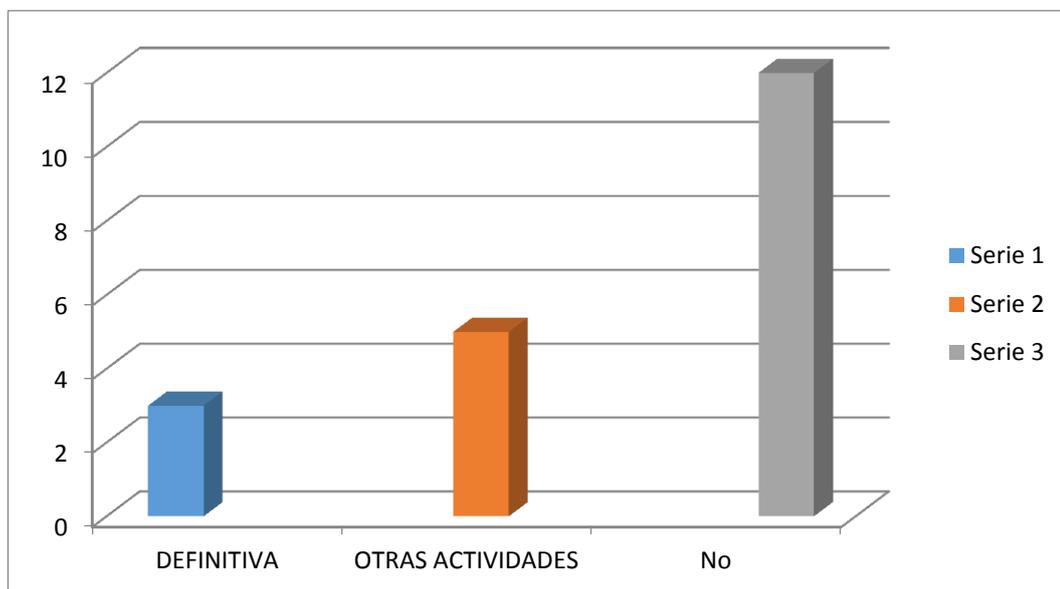
	Cantidad	Porcentaje
Definitiva	3	15%
Otras actividades	5	25%
No	12	60%
Total	20	100%

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 4

¿Alguna persona de su familia de su entorno familiar ha emigrado a la ciudad por decepción de la actividad agrícola?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

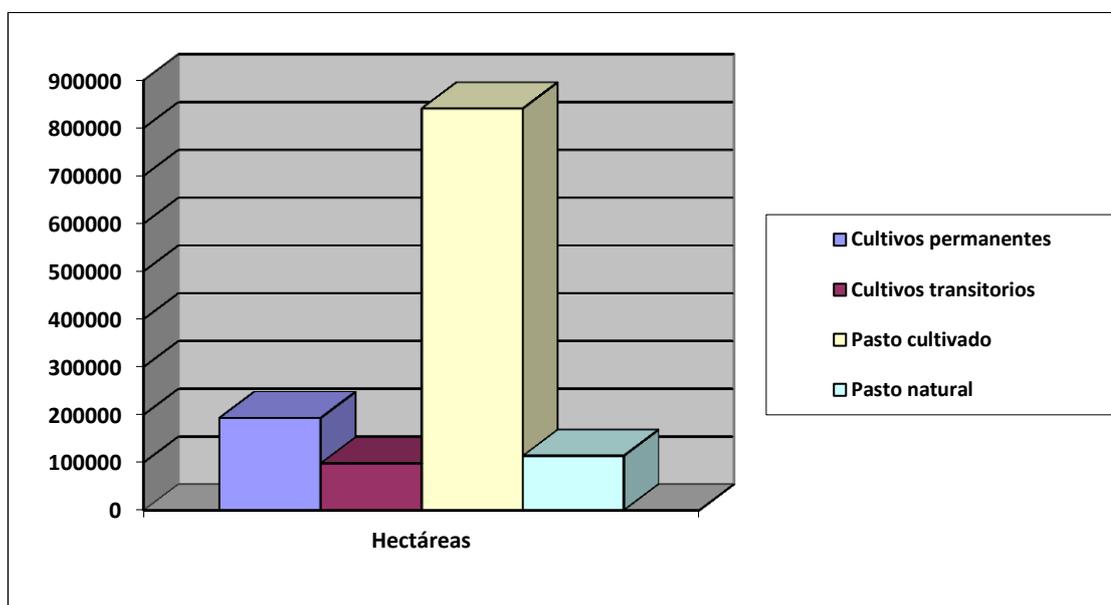
Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- De las 20 personas encuestadas, 8 mencionaron que sí, de los cuáles 3 lo habían hecho en forma definitiva y 5 han dejado la actividad en el sector para desarrollar una distinta en otros lugares.

4.3.1. CULTIVOS TRADICIONALES

Según el censo agrícola del INEC realizado el año 2012, Manabí tiene 1'265,943 hectáreas dedicadas al sector agrícola, de las cuales 193,167 se dedican a cultivos permanentes (aquí se encuentra el café), 98,224 a cultivos transitorios, 840,749 a pastos cultivados y 113,823 a pastos naturales, lo que representa el 16.9% del sector agrícola de Ecuador, la de mayor cobertura.

Gráfico No. 5
Tipos de cultivo de la provincia de Manabí (2012)



Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2012, INEC
Elaboración: Autores de la investigación.

Por el motivo expuesto en el párrafo anterior, a Manabí se la puede considerar como una provincia especializada en agricultura, los principales productos agrícolas son plátano, banano, cacao, café, maíz, arroz, algodón y frutas.

Los cultivos permanentes de mayor producción son plátano y banano, los que tienen los siguientes registros:

Tabla No. 4
CULTIVOS PERMANENTES DE MAYOR PRODUCCIÓN

Producto	Superficie plantada (Ha)	Superficie cosechada (Ha)	Producción anual (Tm)
Plátano	47,869	37,972	261,770
Banano	6,436	5,190	24,251

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2012, INEC
Elaboración: Autores de la investigación

La producción anual de plátano en Manabí representa el 46,8% respecto a la producción Nacional de este cultivo y el 91,0% de la producción se destina a la venta; mientras que, la producción anual de maíz duro seco representa el 10,6% a nivel Nacional y el 83,7% se destina a la venta.

Tabla No. 5
CULTIVOS TRANSITORIOS DE MAYOR PRODUCCIÓN

Producto	Superficie plantada (Ha)	Superficie cosechada (Ha)	Producción anual (Tm)
Maíz duro seco	72,606	58,797	129,266
Arroz	15,855	12,090	42,128

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2012, INEC

Elaboración: Autores de la investigación

Sobre el cacao, el que comercializa internacionalmente la Cooperativa Fortaleza del Valle del cantón Bolívar se ha hecho acreedor a premios internacionales por su calidad al cumplir con los estándares requeridos por los mercados, pero el café ha tenido un comportamiento inestable, con tendencia a la baja en cuanto a su productividad, volúmenes de producción y hectáreas destinadas a esta actividad, por factores como la volatilidad de los precios, la edad de las plantas, la reticencia a aplicar mejoras tecnológicas, etc.

4.3.2. CULTIVOS NO TRADICIONALES

Los distintos cambios que se han dado en la economía del país, han tenido incidencia directa en la forma de trabajar en el sector agrario, debido a que la implementación de nuevos modelos ocasionaron que entre otras cosas se diversifiquen los productos a exportar debido a que se encontraron mercados con exigencias de productos exóticos o aquellos que su consumo se destinaba solamente al mercado doméstico, entre los que encontramos al mango, la cebolla perla, la piña, cucurbitáceas de ciclo corto como los que se dan en Tosagua o los

cítricos de la zona de Chone o el maracuyá que se empezó a cultivar en la zona de San Isidro, todos estos productos aunque en la práctica cotidiana se comercializan en el mercado interno, su destino final es Colombia, Perú o Venezuela.

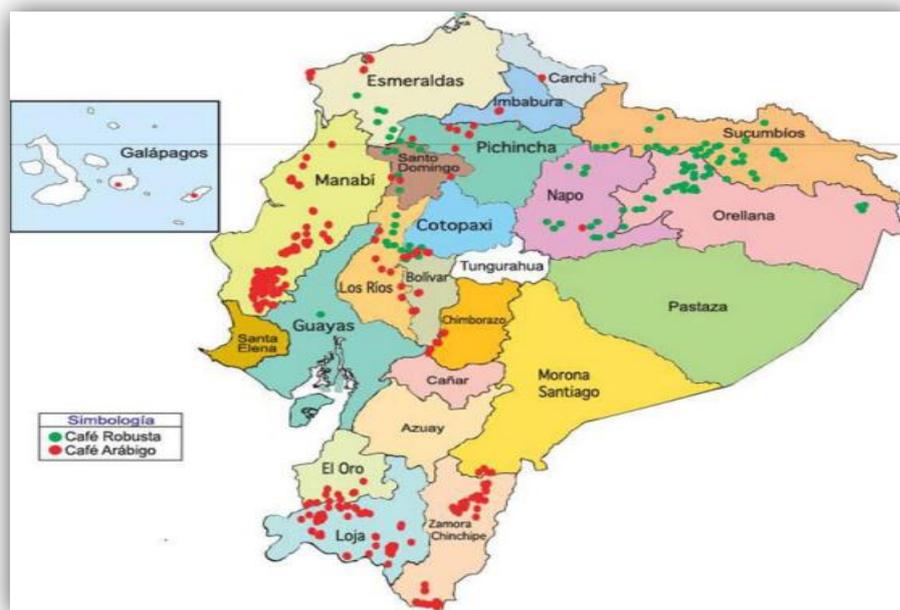
El momento que se empezaron a diversificar las exportaciones no solo se abrieron posibilidades de empezar a vender a los mercados internacionales productos que por décadas solo se lo hacía en el mercado doméstico, sino que la modernidad y la implementación tecnológica dieron paso al mercado de los combustibles no fósiles, elaborados a través de productos agrícolas como el piñón, la palma africana el maíz y la caña de azúcar y en este contexto los dos primeros se empiezan a sembrar en la provincia y a vender al sector industrial como materia prima para la producción de biocombustible, siendo su cabeza visible la empresa La Fabril en esta provincia.

No hay que dejar mencionar que muchas hectáreas que tradicionalmente se dedicaron a siembra de pastizales, en la actualidad están sembradas de teca, árbol cuya madera es muy apreciada y muy bien pagada internacionalmente, pero para que llegue en un nivel óptimo de madurez necesita más de 20 años y lamentablemente la tierra que se utiliza en este cultivo queda sin los nutrientes necesarios cuando se llega a talar los árboles.

Ante este panorama de posibilidades, aquellos agricultores que no han tenido los recursos necesarios para renovar sus plantaciones de café, suelen tratar de incursionar en la siembra de otros productos que les garanticen un ingreso por la venta de productos con precio estable, lo cual ha sido aprovechado por otras provincias de Ecuador (inclusive de la sierra) para incursionar en esta actividad, logrando cosechar la variedad robusta, muy apreciada en el mundo por su calidad, es la forma como Jipijapa que por décadas se la conoció como “La Sultana del Café”, ya no

ostenta esa calidad porque no hay la cantidad ni la calidad por la que antes se distinguió.

Gráfico No. 6
MAPA DE PRODUCCIÓN CAFETERA EN ECUADOR



Fuente y Elaboración: COFENAC, GTZ 2009
Dirección de Inteligencia Comercial / PRO ECUADOR

PREGUNTA No. 4 ¿Los cultivos de café que tiene en su predio son solo de café o asociados a algún otro producto?

Tabla No.6

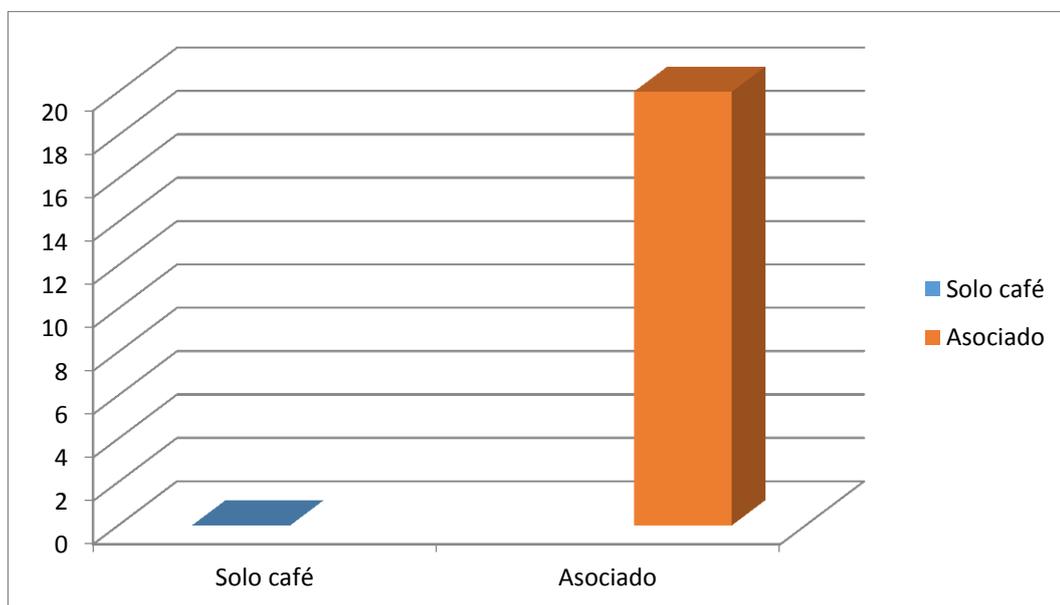
	Cantidad	Porcentaje
Solo Café	0	0
Asociado	20	100
TOTAL	20	100

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 7

¿Los cultivos de café que tiene en su predio son solo de café o asociados a algún otro producto?



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autores de la tesis

Análisis.- Se puede apreciar que la totalidad de los campesinos consultados manifestaron que el café lo tienen sembrado en asociación con otros cultivos que le deben proveer sombra, entre los que destacan el plátano y los frutales

4.3.3. LA FALTA DE MODERNIZACIÓN EN LA AGRICULTURA EN MANABÍ

La agricultura en la provincia de Manabí es una actividad que se realiza en base a los conocimientos ancestrales que tienen el hombre y la mujer del campo, quienes son renuentes a emplear las técnicas modernas y se empeñan en seguir las enseñanzas y costumbres de sus antepasados.

Los motivos por los cuales adoptan esta actitud se los pueden sintetizar en dos factores determinantes, la idiosincrasia y el temor a

innovar por desconocimiento de los avances tecnológicos, todo esto, con las excepciones que tiene cada regla.

Cuando se menciona a la idiosincrasia, se trata de justificar la falta de implementación de técnicas modernas bajo el argumento se “somos pobres”, “el Estado no nos apoya”, “nadie nos facilita el dinero”, no conocemos esas técnicas, etc.

Estas son las respuestas que dieron 20 pequeños productores que comercializan su cosecha con la empresa BELCET S. A.

Falta de dinero	15
El Estado no nos atiende	17
Los intereses son muy altos	12
Nos exigen demasiadas garantías	10
No es rentable la actividad	08
No nos capacitan	06
No somos sujetos de crédito	13

Mientras se sigue pensando de esta forma y realizando esfuerzos en forma aislada, el futuro del sector cafetero en esta zona de la provincia de Manabí no va a mejorar en el corto plazo.

El temor generado por el desconocimiento está ligado a la envidia del éxito del vecino, porque se tiene el criterio de que nos va bien a todos o nos va mal a todos, mientras no haya una persona que se arriesgue, el resto no lo hará, actitud que toma el hombre de campo cuando ve que un visionario en una época en la zona de Tosagua le fue bien con la cosecha de pimienta que exportó a Europa, todos los conocidos y desconocidos lo hicieron, provocando por sobreproducción una caída en los precios y una pérdida para los agricultores.

4.3.4. LAS TIERRAS Y LA MIGRACIÓN CAMPESINA

Como se ha mencionado anteriormente, las tierras dedicadas a la producción de café en la provincia de Manabí han sido sobre explotadas y no se les ha dejado recuperar sus nutrientes por la necesidad del hombre de campo de tener un ingreso económico, pero a la larga esta actitud ha tenido como consecuencia la cosecha de un grano de baja calidad y tierras con poca productividad, lo que conlleva a la generación de un menor ingreso y a vender con un castigo en el precio referencial, además que en especial los agricultores más jóvenes busque otras fuentes de ingreso en los centros poblados, por lo cual salen a los centros poblados en busca de desarrollar alguna actividad productiva que permita generar un ingreso para mantener a su familia.

4.4. LAS SEMILLAS

Otro factor a considerar en el análisis de la variable dependiente dentro de la falta de modernización de los agricultores, es la semilla que se utiliza, debido a las exigencias de los mercados nacionales e internacionales, quienes prefieren que los productos adquiridos sean amigables con el ambiente, tengan certificación de entes de control, de preferencia orgánicas y en la actualidad está de moda lo que se denomina café de altura o gourmet y el café Galápagos.

Afortunadamente para el sector, entes como INIAP y ANECAFE han tomado muy en serio este asunto por lo cual como política de estado producen semilla certificada para que la misma pueda ser usada por los agricultores ecuatorianos, quienes proceden a su adquisición y siembra, aunque esto no ha sido práctica habitual en esta provincia, donde de a poco se está incorporando esta modalidad para renovar los viejos cafetales y han sido provincias de la amazonia y la sierra quienes han tenido los mejores resultados con esta medida; no solo es necesario utilizar una semilla certificada, sino implementar BPA en todas las labores desde la preparación de la tierra hasta la cosecha

4.4.1. SEMILLA MEJORADA

La utilización de semilla certificada de café es determinante para conseguir un buen precio en el mercado internacional, donde los gustos y las modas con el paso del tiempo varían de forma tal que ponen en apuros a los exportadores tradicionales a quienes los obligan a enviar el producto con especificaciones precisas.

Ya no se trata solamente de adquirir productos orgánicos, sino de adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, por ejemplo en Francia una libra de café ecuatoriano tipo gourmet esta valorado en promedio \$10, pero el costo se incrementa según sus especificaciones, como si proviene de Loja, puede costar \$ 20 y el de Galápagos hasta \$ 30.

El concepto de beber un café cultivado en islas volcánicas es una cualidad única que el mercado europeo agradece, sin embargo no lo es todo, los sabores varían, tal como ocurre con el vino.

En el año 2004 el Ecuador era un exportador particularmente de grano, pero ahora lo es de productos terminados como los antes detallados, se trata de un cambio que el sector enfatizó desde el año 2004, cuando una crisis de precios le obligó a replantear mejor las cosas.

En los últimos años la caficultura fue 'aplastada' por la importación del grano desde países como Vietnam e Indonesia, el café comprado afuera fue reexportado y marcado como producto ecuatoriano, razón por la cual no hubo cómo competir; por esta razón las empresas exportadoras 'para sobrevivir', se volcaron a la producción del grano de tipo exclusivo que, contrario al café convencional que se valoriza en los mercados de valores de Nueva York y Londres, tiene precios que dependen directamente de los mercados.

En Ecuador la gente sabe hacer buen café y en el exterior nuestro producto terminado tiene una gran acogida, en el año 2006 Ecuador no aparecía en el mapa mundial de los cafés especiales, pero hoy cuenta con catadores nacionales legitimados y con eventos como “Taza Dorada”, en la que se evalúa y gratifica las mejores cosechas del año bajo el criterio de delegados internacionales.

El grano de café se encuentra dentro de los 5 productos estrellas del Ecuador junto al camarón, el cacao, el banano y las flores, no obstante, la producción aun es mínima y preocupa al sector; según datos de ANECAFE, la demanda nacional del producto alcanza 1'500.000 sacos, pero Ecuador no produce más allá de 400.000.

Expertos en la materia consideran que el 30% de las exportaciones de café ecuatoriano es propia del país, el resto es reexportado, lo que resulta aún más preocupante, es que de ese porcentaje el 10% pertenecería a las variedades especiales, tanto de café arábigo como de robusta.

De momento, el MAGAP lleva a cabo un programa de resiembra del café, espera cultivar 120.000 hectáreas nuevas y reactivar el sector cafetalero.

El Estado Ecuatoriano he emprendido acciones tendientes a rehabilitar el sector cafetalero, dentro del cual se encuentra considerada la zona de influencia donde opera BELCET S. A. que consisten principalmente en renovar los cafetales, sin embargo los resultados no se evidenciarán hasta el año 2017 cuando empiece a cosecharse el grano de las nuevas plantas con un incremento del 50% de lo que se obtiene hoy día.

Dentro de las preguntas que se realizaron a los productores de café del sitio El Rodeo, se consultó si la semilla de sus plantaciones eran certificadas, y las respuestas fueron:

Pregunta No. 5 ¿El grano para sembrar está certificado?

Tabla No. 7

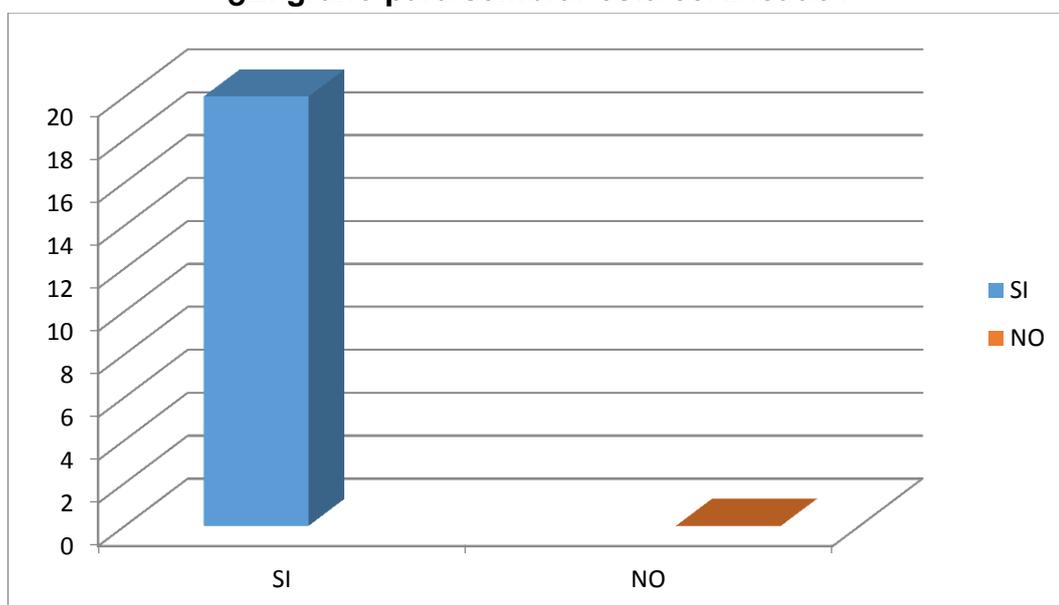
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 8

¿El grano para sembrar está certificado?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- La semilla por lo general es desarrollada por INIAP, que de esa forma demuestra que cumple como ha sido una constante la misión por la cual existe, lo que garantiza la calidad del producto cosechado, lamentando que la mala calidad del suelo influya para que no haya una mejor productividad, pero dudando de la veracidad de la respuesta por la edad de los cafetales, porque todos pasan de los 30 y 40 años.

4.5. LAS PLANTACIONES

El problema de las plantaciones de café en la provincia de Manabí ha generado honda preocupación en los organismos encargados por velar de este sector, los mismos que han adoptado una serie de estrategias encaminadas entre otras cosas a la renovación de los cafetales, los cuales deberán entregar su primera cosecha óptima en el año 2017.

La producción de café en la provincia de Manabí se concentra principalmente en los cantones Jipijapa, 24 de mayo, Paján y Santa Ana, aunque existen pequeños cultivos a lo largo de casi toda la provincia.

Aunque en los últimos años se observa una tímida recuperación del sector, todavía está muy lejos de alcanzar los niveles de producción y utilidades que tuvo a mediados de los años 90 del siglo pasado. Aun así, la Manabí sigue siendo una de las provincias de mayor producción cafetalera del país, con alrededor del 40% del total de sacos de 60kg producidos a nivel nacional, según COFENAC.

4.5.1. EDAD DE LAS PLANTACIONES

Como se puede apreciar en párrafos anteriores, se considera a los cafetales entre 15 y 80 años como viejos e improductivos y los que están sembrados en el sector del Rodeo tienen edades que oscilan entre los 30 y 40 años de edad, motivo por el cual se los puede considerar viejos y este factor es determinante para la empresa BELCET S. A., que se ve obligada ante la decreciente producción del sector a adquirir el grano en otras localidades como Loja e implementar un centro de compra en las islas Galápagos para poder compensar de alguna manera la tendencia persistente de producción decreciente desde el año 2012.

Las acciones implementadas por el gobierno con la finalidad de renovar las plantaciones, recién va a dar resultados en el segundo

semestre del año 2017, mientras tanto se debe adaptar a la realidad del sector y ver como subsiste hasta esa fecha

Pregunta No. 6 ¿Cuál es la edad de su plantación de café?

Tabla No. 8

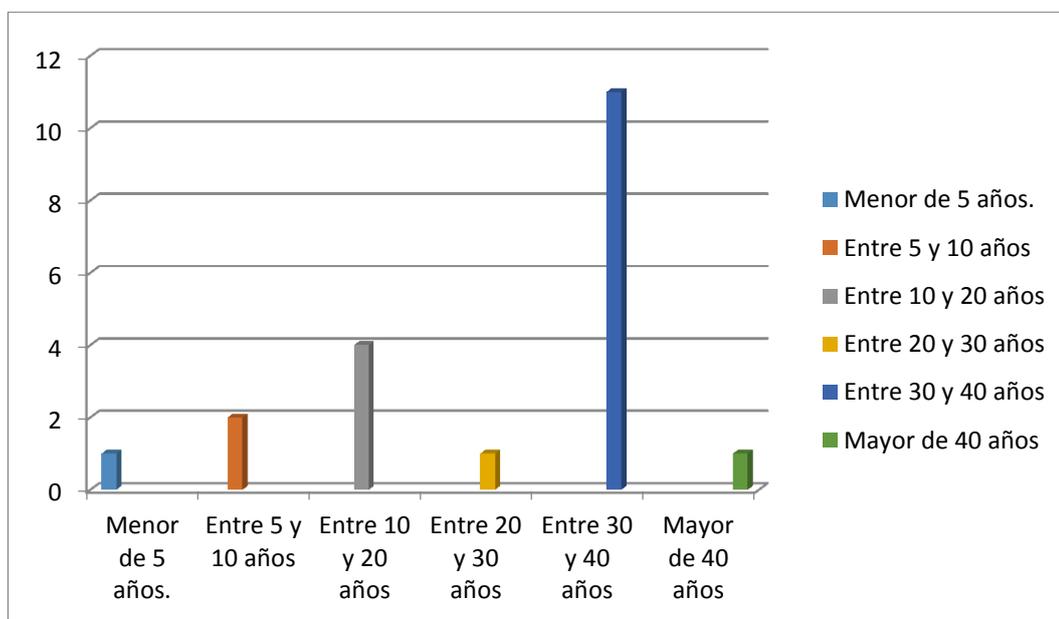
Plantaciones	Porcentaje	
Menor de 5 años.	1	5
Entre 6 y 10 años	2	10
Entre 11 y 20 años	4	20
Entre 21 y 30 años	1	5
Entre 31 y 40 años	11	55
Mayor de 41 años	1	5
TOTAL	20	100

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 9

¿Cuál es la edad de su plantación de café?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- La respuesta a esta pregunta ratifica la tendencia nacional que existe de no renovar cafetales, que las plantaciones están en la etapa de rendimiento decreciente y que urge la intervención estatal para solucionar este problema, en el sector motivo de esta investigación, las plantaciones cuyas edades están entre 30 y 40 años son mayoría.

4.6. MEJORAMIENTO DEL TERRENO

La tierra o el suelo donde se encuentra sembrada la planta de café, necesita nutrientes para que esta pueda desarrollarse con normalidad y obtener un buen grano el momento de la cosecha, entre los minerales necesarios podemos mencionar al nitrógeno, oxígeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio, manganeso, azufre, hierro y boro.

1. Nitrógeno: es necesario para la época de crecimiento y durante la producción.
2. Fósforo: su mayor consumo se presenta en el período de crecimiento, es decir dentro de sus tres primeros años de vida. Se encuentra dentro de las moléculas que conservan y transfieren energía en la planta para procesos metabólicos.
3. Potasio: su uso primordial por parte de la planta se halla durante la producción. Influye en procesos metabólicos como fotosíntesis, respiración, síntesis de clorofila, nivel hídrico en las hojas, al abrir y cerrarse las estomas y para activar las enzimas. El fruto máximo del potasio a través de la fertilización es de 4 meses.
4. Calcio: juega un papel importante en la formación de estructuras constituidas por lípidos y en la formación de membranas y paredes celulares. Interviene en el proceso de la mitosis y actúa como activador de enzimas durante el crecimiento. No experimenta gran movilidad en el arbusto.

5. Magnesio: participa en la fotosíntesis y en el metabolismo de carbohidratos (glicólisis), así como en la integración de ribosomas. Promueve la transferencia de grupos fosfatos y en la activación enzimática de procesos metabólicos. Forma parte de la molécula de la clorofila.

6. Azufre: es constituyente de tres aminoácidos (cistina, cisteína y metionina) que se incluyen en todas las proteínas vegetales.

7. Boro: desempeña funciones fisiológicas asociadas a las relaciones hídricas, metabolismo del nitrógeno, acumulación de azúcares, formación de metaxilema en ápices gemulares.

8. Zinc: es responsable de la síntesis de la auxina, hormona de desarrollo que estimula el aumento de las células.

9. Cobre: el cobre se encuentra mayoritariamente en los cloroplastos, en que forma parte fundamental de la plastocianina involucrada en la traspaso de electrones durante el transcurso de la fotosíntesis.

10. Hierro: es componente estructural de moléculas de porfirina y se involucra en la síntesis de la clorofila y en el sistema de transporte de electrones en el proceso de fotosíntesis.

11. Molibdeno: se encuentra en las plantaciones en pequeñas cantidades y es un mecanismo estructural de las enzimas nitrogenasa y reductasa del nitrato. Se asocia con los mecanismos de absorción y translación del hierro

12. Manganeso: es uno de los activadores enzimáticos más importantes en el ciclo de Krebs y forma parte del proceso de transporte de electrones de la fotosíntesis (fotosistema II), conducente a la fotólisis del agua.

Además de participar en la respiración, actúa en el metabolismo del nitrógeno y ayuda a mantener la estructura de la membrana del cloroplasto.

Estos son los nutrientes que debe tener el suelo donde se encuentra una planta de café para que el grano tenga una calidad óptima, cualquier desajuste o falta de algún elemento incide en la calificación del grano.

Pregunta No. 7 ¿Han invertido en el mejoramiento de la calidad del terreno para favorecer a la producción?

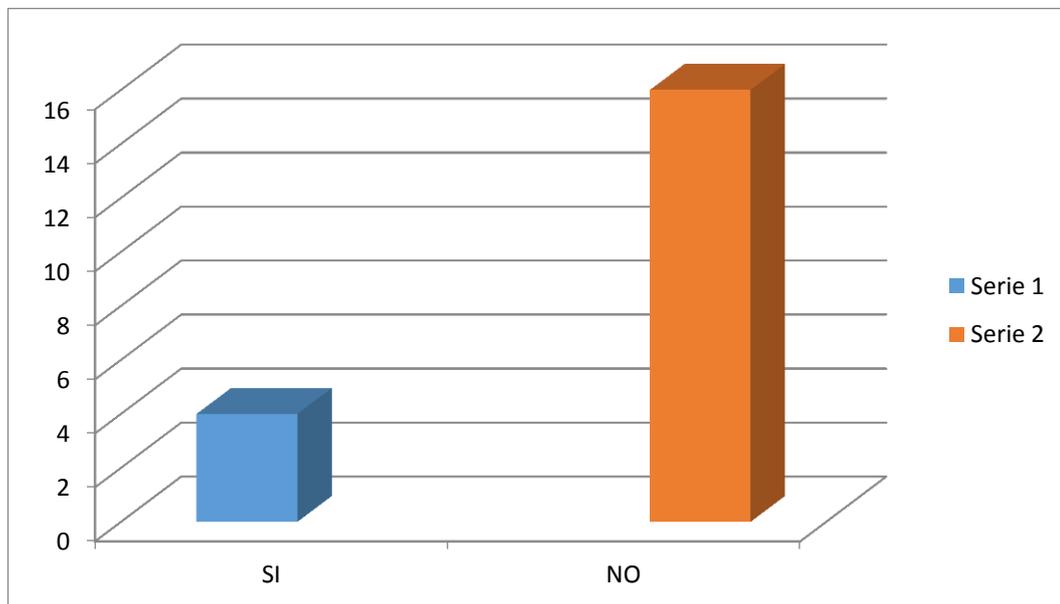
Tabla No. 9

	Cantidad	Porcentaje
Si	4	20%
No	16	80%
Total	20	100%

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 10
¿Han invertido en el mejoramiento de la calidad del terreno para favorecer a la producción?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- los resultados de esta pregunta dirigida a los productores indica que solo el 20% de los mismos han puesto práctica las recomendaciones que el estado brinda mediante sus charlas sobre el mejoramiento del terreno, y han optado invertir en las mismas para favorecer a la producción.

4.7. MERCADOS DE DESTINO

Los mercados de destino del café producido en la provincia de Manabí son fáciles de visualizar, el mercado interno y el mercado extranjero, el primero se llega a través de los productores sean pequeños, medianos o grandes, o por los centros de acopio instalados en las zonas de influencia en la siembra del producto

4.7.1. MERCADOS TRADICIONALES

Para el productor de café, su mercado tradicional ha sido siempre el centro de acopio de la zona, para quienes no pueden pagar la logística

del transporte y para quienes si lo pueden cancelar las industrias del sector, ubicadas desde Montecristi hasta Guayaquil principalmente mientras que para los centros de acopio, su mercado tradicional ha sido las industrias y los exportadores del grano, incluso muchos de los mismos son personas financiadas por los grandes empresarios quienes tienen instrucciones hasta de financiar las actividades de los productores con la condición que les entreguen la totalidad de su producto a precio de cosecha y descontados los valores recibidos, algunas veces con sus respectivos intereses.

4.7.2. MERCADOS NO TRADICIONALES

El mercado no tradicional para productores y para mayoristas “rebelados”, es el mercado internacional, lo cual no es novedad, incluso a fines de la década de los 80’ y principio de los 90’ el estado promovió la formación de cooperativas cafetaleras para que directamente vendan su producto al exterior, pero lamentablemente esta actividad estuvo plagada de un halo de corrupción que permitió a sus principales dirigentes venderles los cupos de exportación que los entes encargados del sector les habían entregado, a los exportadores tradicionales, en detrimento de los pequeños productores o demás socios cooperados, lo que provocó que esta actividad tuviera un ciclo efímero.

Con las herramientas que el mundo moderno dota a la humanidad a través de la tecnología y la comunicación en línea, hoy día existe la posibilidad que la información de los mercados sea visible para quienes tengan interés en él, lo que ha permitido que algunos centros de acopio luego de realizar los contactos internacionales necesarios puedan comercializar el producto directamente con el extranjero.

4.7.3. OTRAS ESTRATEGIAS DE MERCADO

El cambio de la matriz productiva propuesta por el gobierno ecuatoriano, ha dado lugar a que aparte de este como tal sean algunos

GAD's provinciales o cantonales se acerquen al hombre de campo con la finalidad de asesorarlos en tareas como la asociatividad, con la finalidad de aunar esfuerzos y brindar la posibilidad que industrialicen su producción, como ejemplo de estas acciones encontramos ferreterías marinas con cámaras de congelamiento en los cantones Pedernales y San Vicente, promovidas por el GAD provincial de Manabí.

En el sector cafetero esta misma institución ha entregado a una asociación de productores de 24 de Mayo una máquina para producir café tipo oro, para que en un inicio se comercialice en producto solo en forma local, pero con la competencia de Fomento Productivo que ahora deben asumir los GAD's cantonales, es muy posible que estos casos tiendan a multiplicarse en otros cantones.

4.8. LA ASOCIATIVIDAD

A pesar que existen 6 asociaciones de productores en el sector, los productos rara vez lo negocian como tales, sino que lo realizan en forma independiente, por lo que no se considera las respuestas dadas en la encuesta.

Pregunta No. 8 ¿Venden el café en su totalidad al centro de acopio?

Tabla No.10

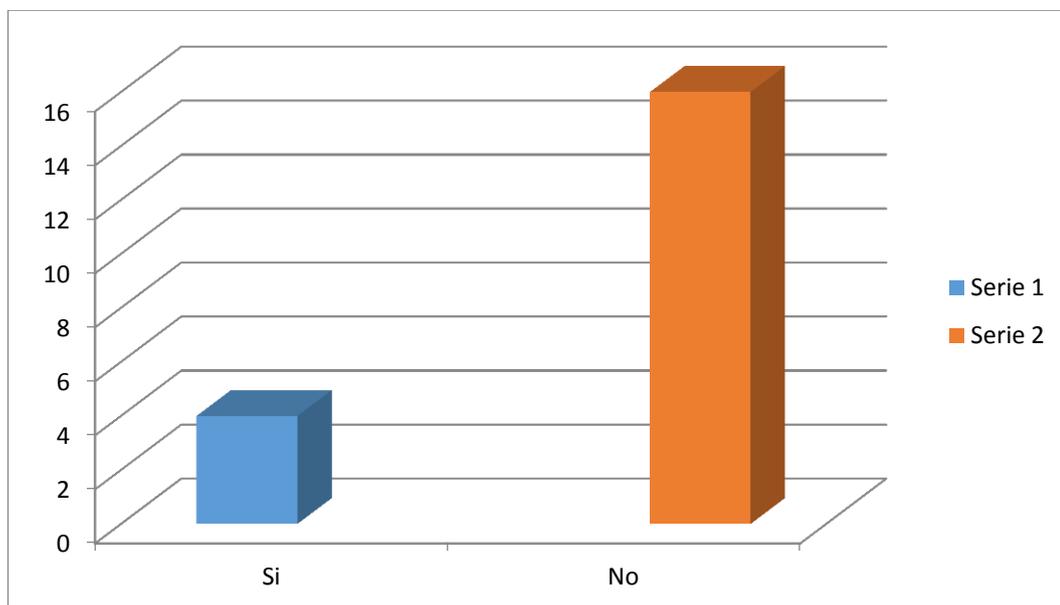
	Cantidad	Porcentaje
Si	4	20
No	16	80
TOTAL	20	100

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 11

¿Venden el café en su totalidad al centro de acopio?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- Solo el 20% de los productores venden el total de la cosecha al centro de acopio o a su comprador, el resto se sabe dejar un remanente por algunos motivos.

Pregunta No. 9 ¿Por qué no vende todo el producto al centro de acopio?

Tabla No.11

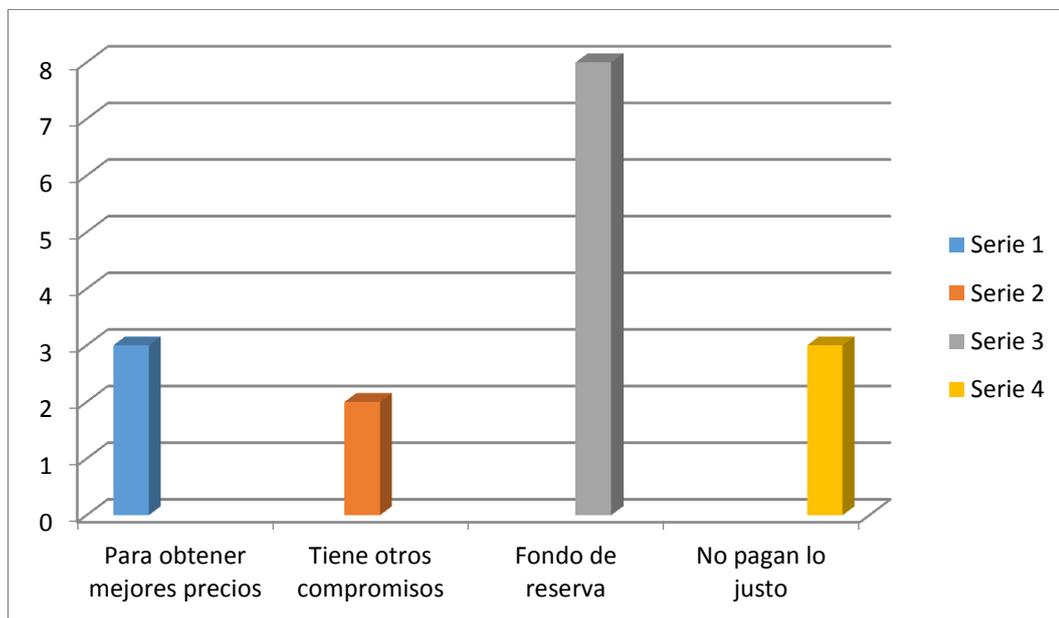
	Cantidad	Porcentaje
Para obtener mejores precios	3	18.75
Tiene otros compromisos	2	12.50
Fondo de reserva	8	50.00
No pagan lo justo	3	18.75
TOTAL	20	100

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 12

¿Por qué no vende todo el producto al centro de acopio?



Análisis.- De las personas que no venden el total de su producto al centro de acopio, el 50% manifiesta que dejan un stock de reserva para afrontar alguna emergencia que se presente, mientras que existen dos grupos con el 18.75% que no lo hacen por inconformidad con el precio que reciben o porque esperan comercializarlo mejor en días posteriores, en tanto que el 12.5% manifiestan que además del centro de acopio tienen otros compromisos para la entrega de su cosecha.

4.9. PRECIOS DEL PRODUCTO

El grano de café es un producto sujeto a las leyes del mercado donde suele subir su precio en épocas bajas y bajar en forma drástica en época de cosecha por la sobreoferta, inclusive se ve afectado por los precios y la producción mundial, lo que desalienta a los productores y no les motiva a invertir en mejoras en las plantaciones, su precio puede oscilar entre \$37 y \$60, dependiendo la calidad del grano.

CAPÍTULO V

5. VARIABLE DEPENDIENTE

5.1. PROPIEDAD DE LA TIERRA

El tipo de propiedad de la tierra que predomina en el sector, es de los campesinos productores, pocos suelen alquilar parcelas o sembrar en tierra de parientes.

PREGUNTA No. 10 ¿Siembran en tierras propias, alquiladas o de otras personas?

Tabla No.12

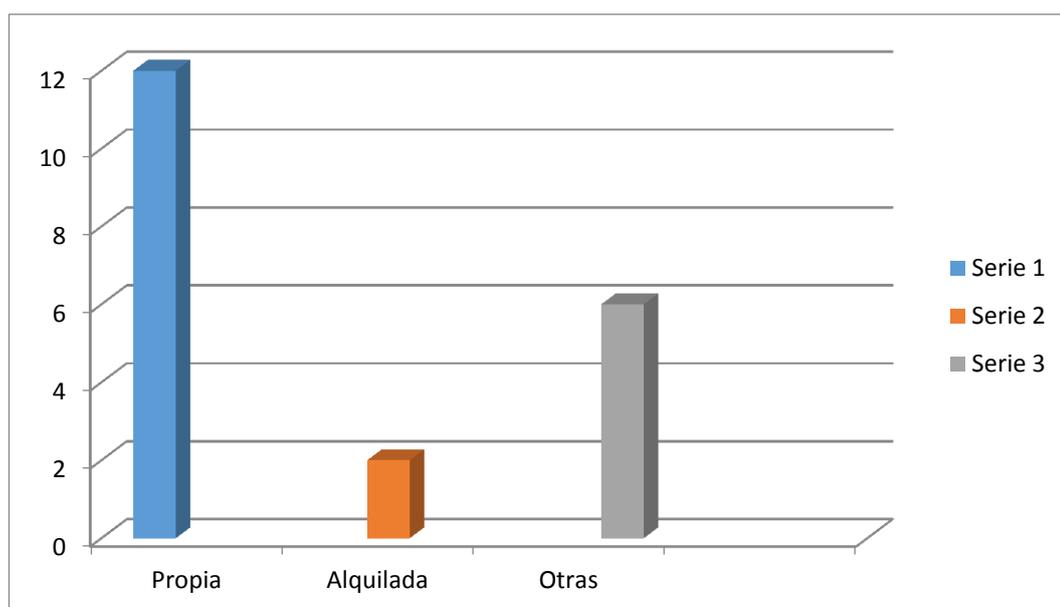
	Cantidad	Porcentaje
Propia	12	60
Alquilada	2	10
Otras	6	30
TOTAL	20	100

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No.13

¿Siembran en tierras propias, alquiladas o de otras personas?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- Del total de los encuestados, el 60% de ellos manifiestan ser los propietarios de las tierras donde están sembrados los cafetales, mientras el 10% alquilan las mismas, con la particularidad que ya existían con anterioridad la plantación de café, las alquilan para dedicar parte de la extensión del terreno a sembrar productos de ciclo corto, especialmente maíz; mientras el 30% responde que las tierras son de parientes directos o de su conviviente.

5.2. RENTABILIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ

La rentabilidad de la producción de café se mide por la estabilidad de su precio en un buen periodo de tiempo, lo cual no suele ocurrir por la sobreoferta mundial y por la disminución de la calidad del grano asociada a la edad de las plantaciones, lo que provoca que los agricultores del sector se convierta solamente en recolectores del fruto cuando llega la cosecha.

Para el sector exportador, si es una actividad sumamente rentable, más aun cuando se trata de comercializar variedades exóticas como el café Galápagos o el de Loja por las cuales los mercados internacionales saben pagar hasta \$10 y \$20 de más por cada libra.

Pregunta No. 11 ¿Se encuentra conforme con el precio del café?

Tabla No. 13

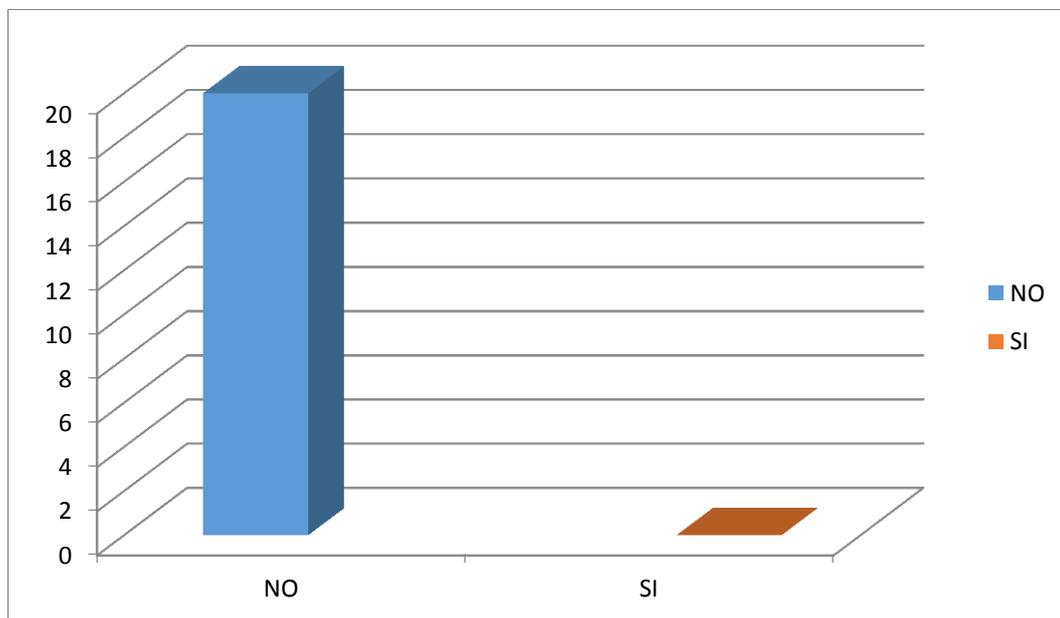
	Cantidad	Porcentaje
SI	0	0
NO	20	100%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No. 14

¿Se encuentra conforme con el precio del café?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- en su totalidad, ninguno de los productores encuestados está conforme con el precio, ya que no es rentable porque su precio solo se logra recuperar lo invertido.

5.3. CONOCIMIENTO DE NUEVAS TÉCNICAS DE CULTIVO

Cuando se usa el término tecnología, es para referirse al conjunto de conocimientos generados y adquiridos en base a la aplicación del método científico, considerando algunos tipos de circunstancias, como económicas, sociales y ambientales, para mejorar el proceso de producción, calidad de los productos y productividad de las UPA. La tecnología se relaciona con el conjunto de técnicas disponibles o el nivel de conocimiento. La mejora del estado del conocimiento se logra a través de la experimentación, la investigación científica y el diálogo de saberes.

En el sector agropecuario se basa el crecimiento económico y bienestar de los pueblos; para lo cual la investigación es un elemento determinante para asegurar su desarrollo sustentable y sostenible. La

investigación agropecuaria tiene como objetivos: generar, validar y transferir tecnología acorde para aumentar la productividad de las plantaciones, optimizar la calidad de los productos agropecuarios, asegurar una rentabilidad propia para los productores de café y contribuir a la generación de divisas.

El Programa de Innovación Tecnológica aplicado al café tiene los siguientes objetivos:

- Generar información útil para innovar los procesos de producción en los cafetales.
- Plantear facultades de uso y subsistencia de los bienes naturales y biodiversidad, utilizando el conocimiento ancestral y los avances de la tecnología.
- Identificar alternativas ajustadas al manejo sostenible de los predios cafetaleros.
- Optimizar la calidad, valor agregado y productividad del café ecuatoriano.
- Contribuir a mejorar el nivel de vida de la población.

Existen en la actualidad algunos programas de implementación tecnológica aplicadas a las plantaciones de café, auspiciados por COFENAC, pero su aplicación no llega a los sectores de influencia de la empresa BELCET S. A., pero se pueden citar los siguientes:

Plan de Investigación y Desarrollo Tecnológico Cafetalero con Enfoque Participativo

Métodos de beneficio y calidad de café

- Influencia de métodos de beneficio sobre la calidad organoléptica del café arábigo
- Influencia de métodos de beneficio sobre la calidad organoléptica del café robusta

Inocuidad del café ecuatoriano

- Estudio de la Residualidad de Agroquímicos y otros Contaminantes en el Café Verde

Carbono en SAF Cafetaleros

- Almacenamiento y Fijación de carbono en sistemas agroforestales.

Norma INEN 285

- Norma Técnica del Café Verde

Selección de Variedades

- Selección de Variedades Mejoradas de Café Arábigo en los Principales Agro Ecosistemas en el Ecuador

5.3.1. APLICACIÓN DE ABONOS Y AGROQUÍMICOS.

La importancia de la acción cafetalera esta relacionada con la amplia adaptación de los cafetales a los diferentes agros ecosistemas de las cuatro regiones del país: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. Los cafetales, en su mayor parte, están cultivados bajo árboles de alto valor ecológico y económico, en numerosos arreglos agroforestales, que forman parte de un hábitat apropiado para muchas variedades de la fauna y flora nativas. Además, las tecnologías de producción cafetalera, no implican un alto grado de dependencia de agroquímicos.

En el ámbito productivo, la caficultura en el Ecuador se caracteriza por hacer prevalecer los cafetales viejos, el inapropiado destino agronómico de las plantaciones, la aparición de plagas, virus y malezas, el deficiente control post-cosecha, la baja calidad del grano para exportar, la débil estructura de los productores y los bajos precios que se le paga al productor.

Los viejos cafetales, sus edades que oscilan entre 15 a 80 años actualmente, son improductivos. Dichas plantaciones deben ser renovadas haciendo uso de semilla con variedades mejoradas y tecnología apropiada. Las plantaciones con edades inferiores de 15 años pero mayores de ocho, de acuerdo a su etapa fenológico general, pueden ser incluidas en el plan de rehabilitación con el propósito de recuperar su capacidad productiva, a partir de la resepa, protección de los cortes, elección de los mejores brotes para después hacer uso de las recomendaciones técnicas de manejo.

El inapropiado manejo agronómico del cultivo se refiere a la baja o ninguna ejecución de labores de cultivo tales como: densidad apropiada, fertilización básica usando fuentes fosfatadas y abono orgánico; fertilización continua durante toda la vida fructífera del cafetal, podas de los árboles, regulación de sombra (podas de los árboles cuando hay excesiva sombra o siembra de árboles, arbustos y musáceas cuando hay una falta de sombrero), prácticas de mantenimiento de las tierras (uso de coberturas nobles o de mantillo, siembra en curvas a nivel y uso de abonos verdes).

5.3.2. RIEGO

Para asegurar la agricultura, existen en Manabí en la actualidad dos sistemas de riego principales. El primero se encuentra constituido por la represa de Poza Honda. Seguido del "Carrizal-Chone", el cual se abastece por la represa "La Esperanza" e incorporará al territorio agro-productivo de la provincia más de 7.250 nuevas hectáreas bajo riego; además de estos, se desarrolla el Proyecto Multipropósito Chone, otra represa en la zona de Paján, como la construcciones tradicionales de albardas de muy efímera vida útil.

Por el sector de El Rodeo solo pasa el sistema de riego menor de San Gabriel, pero las plantas de café no necesitan un riego continuo y les

alcanza lo que la estación invernal les proporciona, para los cultivos de ciclo corto, si se hace necesario la aplicación del líquido vital para las plantas.

5.3.3. RELACIÓN DE LA APLICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA CON LA PRODUCTIVIDAD.

Hay una relación directamente proporcional cuando relacionamos la aplicación de tecnología con la productividad, lo que en Economía se suele denominar las ventajas competitivas, que son las que se adquieren sobre la competencia en base a la aplicación de tecnología de punta, que es la que hace que los rendimientos marginales sean mayores en base a la producción en escala, pero esto se aplica más que nada al sector secundario de la economía, que es precisamente uno de los impulsados por el gobierno con el cambio de la matriz productiva.

5.3.4. INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA

La inversión en tecnología, si bien es cierto que puede llegar a ser alta en una plantación de café si se trata de mejorar el suelo y se considera la extensión de la plantación, sin embargo hay renuencia en el sector cafetero del país (los pequeños productores) a incurrir en esta inversión, por la necesidad de adquirir no solo los nutrientes que necesita la tierra, sino por el alquiler de toda la maquinaria necesaria para el efecto. Este tipo de actividades puede ser financiado por el BNF y en asociaciones de productores por ellos mismos o por la CFN.

También se puede invertir en tecnología y obtener mayores montos y beneficios con tasas preferenciales, años de gracia y otras prerrogativas en el sector secundario, instalando una planta procesadora de café a través de la CFN, con plazo de hasta 15 años.

Pregunta No. 12 ¿Qué instituciones los ha capacitado para modernizar las técnicas de cultivo?

Tabla No. 14

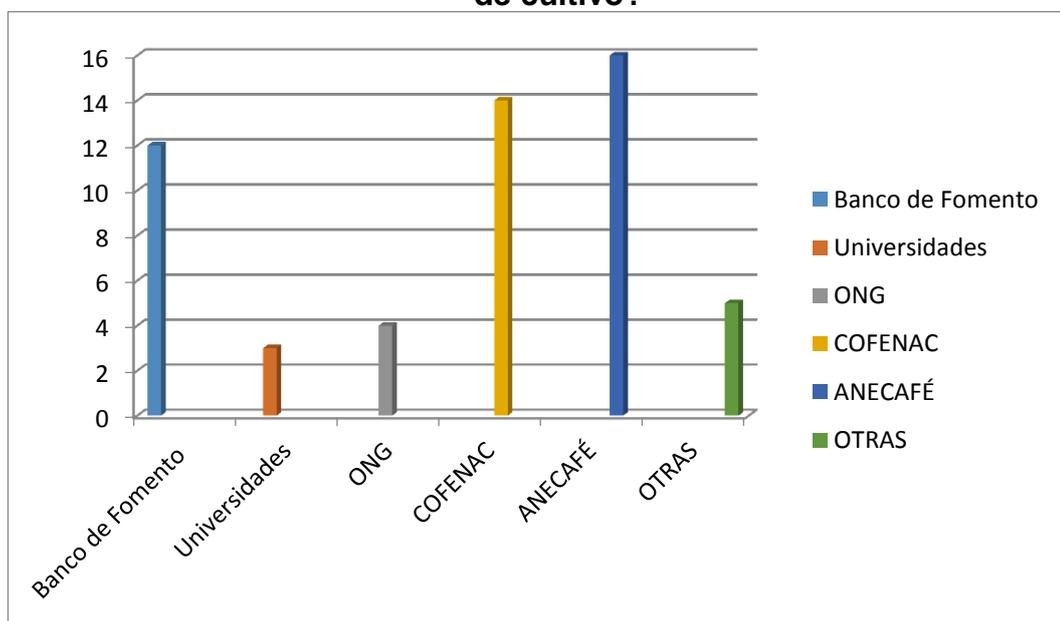
Alternativa	Productores	Porcentaje
Banco de Fomento	12	22
Universidades	3	6
ONG	4	7
COFENAC	14	26
ANECAFÉ	16	30
OTRAS	5	9
Total	54	100

Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Gráfico No 15

¿Qué instituciones los ha capacitado para modernizar las técnicas de cultivo?



Fuente: Productores de café del sitio El Rodeo

Elaboración: Autores de tesis

Análisis.- Es interesante apreciar que además de los organismos destinados a asesorar al sector, las universidades se involucran

directamente en esta labor, dando cumplimiento a vincularse con la comunidad. Queda evidenciado además que las casas comerciales tienen mucho interés en dar asesoramiento al sector agrario debido a que ellos con las adquisiciones que realizan son la razón de ser de su existencia, cuando se solicitó que identifiquen los “otros” que han dado asesoramiento, se refieren desde personal de los GAD’s hasta los chulqueros. En este cuadro no corresponde la inclusión de un porcentaje porque la respuesta no consideraba una única opción.

5.4. ASESORAMIENTO RECIBIDO

Como se ha mencionado anteriormente, al sector han llegado a brindar asesoramiento tanto el sector público como el privado, el primero representado por el MAGAP o técnicos de ANECAFE, COFENAC, GAD provincial o SENAGUA y el segundo grupo por los representantes de las casas comercializadoras de insumos agrícolas, todos coinciden en el diagnóstico del sector, pero son testigos de que no se aplican las mejoras sugeridas para el sector.

5.5. EXPORTACIONES NACIONALES

En el proceso de comercialización de un producto, requiere de la intervención por lo menos de dos actores, la parte ofertante y la parte demandante, a las que se les puede agregar los intermediarios. Mientras dura este proceso la premisa que tiene cada uno de ellos es ganar, por lo cual se puede decir que la comercialización es un proceso mercantil en el cual sus actores buscan siempre ganar y los mismos deben estar dispuestos a ceder posiciones para concretar un acuerdo o precio que satisfaga a todos.

Durante este proceso, se espera que la materia del negocio o transacción tenga como característica, no solo las 3 B, sino las 4 B, que no solo sea Bueno, Bonito y Barato, sino que también sea bastante, pero cuando es lo bastante lo que impera en el mercado, los precios tienden a

caerse en beneficio de aquellos que tienen menores costos logísticos en la operación como son transporte, seguros, intermediarios, etc., desde ese punto de vista, los países de África y Asia cuentan con ventaja comparativa sobre los exportadores americanos como Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador entre otros, motivo por el cual se deben combatir a estos competidores con dos componentes básicos, la calidad y el valor agregado.

Ya el gobierno considera que está haciendo su parte al emprender acciones tendientes a renovar los viejos cafetales del país, al cambiar la matriz productiva y a dar posibilidades de financiamiento.

Mientras tanto, a partir de 2011 las exportaciones de café en grano desde Ecuador tienden a seguir decreciendo, esperando que en el mediano plazo esta tendencia cambie en beneficio de la balanza de pagos.

Exportaciones De Grano De Café De Ecuador

Tabla No. 15

AÑO	SACOS DE 60 Kg.	VALOR US\$
2011	1'536,255.57	266'848,407.83
2012	1'429,758.62	250'371,329.60
2013	1'261,625.96	218'070,535.51
2014	1'131,776.65	178'500,810.49

Fuente: Certificado de origen OIC

Elaboración: Autores de la investigación

Es muy preocupante observar que en el transcurso de 3 años, el volumen de sacos exportados haya disminuido en el 15% y no obedece al comportamiento aislado de un año, sino a una tendencia marcada, lo que a la larga ocasionará que el año 2015 se llegue apenas a exportar el millón de sacos.

Desde el punto de vista monetario solo se ha exportado el 66.89% de lo comercializado el año 2011, lo que implica que a la larga estos negocios se verán abocados a adoptar medidas tendientes a evitar pérdidas o gastos innecesarios, limitar la contratación de personal, ser muy exigentes el momento de adquirir el grano en detrimento de los productores.

5.6. COMERCIALIZACIÓN DE BELCET S. A.

5.6.1. Misión Abastecer con café verde de calidad al mercado nacional e internacional utilizando la tecnología adecuada y el talento humano competente para satisfacer las expectativas de nuestros clientes.

5.6.2. Visión Ser una empresa competitiva e innovadora en la comercialización de café y el desarrollo de otras oportunidades.

5.6.3. COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ

La comercialización, es el acto empresarial mediante el cual una empresa pone a la venta un bien o servicio que por lo general lo brinda o elabora directamente, en el caso que se analiza es la forma como la empresa BELCET S. A. negocia con distintos actores de mercado el café que adquiere por parte de sus proveedores.

La producción de café en la zona de influencia de BELCET no es fácil de cuantificar debido a que los entes de control que tienen que llevar los registros estadísticos de los productores y productividad del sector no cuentan con información precisa, la tienen por cantones en general y no se puede tener la confiabilidad en los registros de compras de la empresa debido a su forma de adquirir el producto, sin embargo se deja constancia que desde el año 2012 la producción ha decaído en forma drástica, lo que ha obligado a esta empresa a adoptar otras estrategias de comercialización para mantenerse en el mercado, motivo por el cual tienen un agente de comercialización que recorre las UPA's del sector

para adquirir el producto a los pequeños agricultores del sector que cumplen con los estándares que exige, los mercados.

Pregunta de entrevista No. 2 ¿Cómo hicieron para llegar a mercados tan lejanos como Japón y Alemania?

Por los contactos de los competidores se ha podido llegar a mercados de Alemania y Japón y hemos cumplido con todas las exigencias requeridas por los estrictos controles de calidad (análisis) que garantizan el producto final.

5.7. PARTICIPACION INTERNACIONAL

El mercado natural de destino del café que comercializa BELCET S. A., es el mercado extranjero y desde el año 2011 mantiene una actividad decreciente tanto en volúmenes exportados como en montos vendidos, como se evidencia en el siguiente cuadro:

MONTOS VENDIDOS AL EXTERIOR POR BELCET S. A.

Tabla No. 16

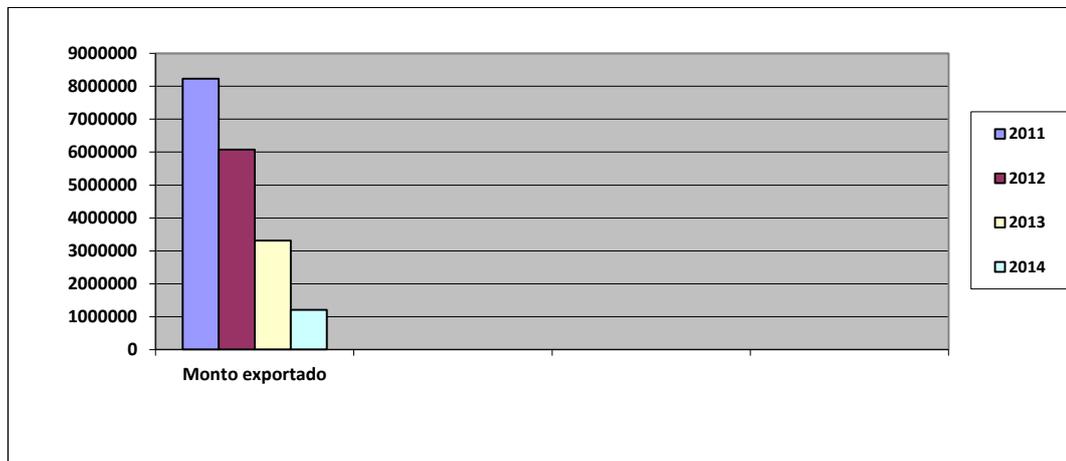
AÑO	SACOS DE 60 Kg.	MONTO EN US\$	PARTICIPACION EN EL MERCADO
2011	37,480.65	8'005,452.23	3.00%
2012	30,103.83	6'080,600.68	2.42%
2013	22,882.09	3'309,723.46	1.51%
2014	6,016.06	1'203,656.04	0.67%

Fuente: BELCET S. A.

Elaboración: Autores de la tesis

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE BELCET S. A.

Gráfico No. 16



Fuente: BELCET S. A.

Elaboración: Autores de la tesis

Pregunta de entrevista No.3 ¿Qué requieren los mercados extranjeros?

Un producto de excelente calidad que permita cumplir con las exigencias y expectativas de los consumidores, y por lo general el grano de mayor calidad se lo obtiene de Loja y Galápagos específicamente.

CONCLUSIONES

1. El gobierno nacional consciente de la problemática que afecta a este sector, ha diseñado una estrategia muy ambiciosa que tiene como finalidad la de terminar con la dependencia del primer mundo que suele adquirir nuestros productos en estado primario y devolvérselo en forma industrializada, denominado el cambio de la matriz productiva, para lo cual en base a las competencias determinadas por el COOTAD, en forma coordinada con los GAD cantonales o provinciales y el MAGAP, acometen en una serie de iniciativas tendientes a fortalecer el sector agropecuario y pesquero, dotándolos de equipos industriales que tienen como finalidades la de cortar la cadena de intermediarios y la de promover la Asociatividad entre los agricultores, ya en 24 de Mayo funciona una planta procesadora de café Oro con aspiraciones comerciales locales y provinciales, pero muy tarde han llegado a determinar que el problema más grande se encontraba en la edad de las plantaciones, a la calidad del suelo y la no aplicación de mejoras tecnológicas
2. A pesar de que empresas públicas, privadas y mixtas han emprendido programas de capacitación sobre mejoras tecnológicas al sector agricultor de la zona de El Rodeo, el hombre de campo se muestra renuente a aplicar las mismas, debido a que estiman que su nivel de ingreso no puede financiar la implementación de nuevas técnicas, que no son sujetos de crédito en el sector financiero, la inestabilidad de los precios del café es desmotivadora y aspiran que la solución integral del problema la asuma el estado.
3. La empresa BELCET S. A. pasa por serios problemas en los actuales momentos, lo que la han llevado inclusive a cerrar la oficina que tiene en el centro de la ciudad en las calles Córdova y

García Moreno, trasladando toda la logística al centro de acopio ubicado en el sitio El Rodeo, con la finalidad de racionalizar gastos, pero no es un problema solamente de esta región, sino de ámbito mundial, generado por la sobreoferta del mercado, cuando aparecen nuevos países de África y de Asia en el escenario comercial con ventaja comparativa sobre Ecuador originada más que nada por razones logísticas como el transporte, debiendo adoptar medidas inmediatas como la de adquirir el café de Loja y de Galápagos que son muy considerados en el mercado extranjero donde llegan hasta a triplicar el valor de otras variedades.

4. Ante el panorama desalentador que se le presenta a esta empresa, considerando su principal objetivo social que es la comercialización de granos, las salidas por las que puede optar para afrontar esta problemática que empezó en 2012 y se ha acentuado el 2014 son por un lado la industrialización, lo que demoraría algún tiempo para su implementación y la otra es la diversificación de los productos adquiridos y comercializados, como podrían ser el cacao, el piñón, higuera, achiote y maní, los cuales se suelen dar en el mismo sector.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

PLAN DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA BELCET S.A

6.1. IDENTIFICACIÓN

Una vez que se ha llegado a identificar las razones por las cuales la empresa BELCET S. A. ha tenido un decrecimiento en su actividad comercial desde el año 2012 hasta el presente, lo más viable para su sostenimiento en el mercado, es ajustar sus objetivos sociales a la realidad nacional e internacional, puesto que de otra forma corre el riesgo de desaparecer en el mediano plazo.

Como actividad básica en su escritura de constitución se detalla la comercialización de granos, y dentro de estas posibilidades, se han “especializado” en comercializar café, desaprovechando las oportunidades que les pueden brindar el cacao, piñón, higuera, achiote, etc., bajo este análisis, se presenta un plan de comercialización para afrontar esta crisis.

6.2. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La empresa BELCET S. A. dedicada a adquirir a los pequeños medianos y grandes productores del sitio El Rodeo de la ciudad de Portoviejo café en grano el cual se lo deben entregar lavado, se dedica a comercializar el producto principalmente a mercados internacionales.

El margen de ganancia por cada saco de 60 Kg que comercializa es de \$10,00 aproximadamente, pero desde el año 2012 la producción no solo local sino nacional ha decrecido en forma alarmante, al punto que el año 2014 solo pudo vender el 16.05% de lo que colocó el 2011 correspondientes a poco más de 6000 sacos y no los 37500 del 2011, ante este panorama y considerando la crisis del sector, se presenta el siguiente plan de negocios para la empresa BELCET S. A., el cual

debería de mantenerse hasta finales del año 2017 cuando los efectos de la renovación de los cafetales emprendido por el gobierno nacional empiecen a dar sus primeras cosechas, en pocas palabras, se pasó de ganar aproximadamente \$375,000 a solo \$60,000, lo que representa solo el 16% del año 2011.

Este es el escenario que enfrenta en el momento actual el más grande reto en su historia, que significa renovarse o morir, motivo por el cual se elabora el siguiente plan de comercialización:

Análisis FODA



Fortalezas.-

- Empresa consolidada y reconocida a nivel nacional e internacional.
- Ha llegado a tener el 3% de la cuota de mercado anual (2011).
- Seriedad de su gerente.
- Calidad de su producto.
- Proveedores cautivos.
- Compra "in situ" a través de un agente.
- Infraestructura interna.
- Fidelidad del personal.

- Objetivos sociales de la empresa.
- Busca el mejor producto que se da en Ecuador.

Debilidades.-

- Reducido número de proveedores en su sector de influencia.
- Limitación del tipo de producto que adquieren (solo café).
- Falta de apoyo del sector estatal.
- Concentración de conocimientos en pocas personas.
- Tipo de café que se cultiva en su sector de influencia, no es de los mejores o más requeridos y mejor pagados por los mercados internacionales.
- Baja productividad de las plantaciones del sector.

OPORTUNIDADES.-

- Requerimiento de productos bien pagados por el mercado extranjero (café de Loja y Galápagos).
- Cambio de la matriz productiva.
- Mercados no incursionados (cacao, higuera y piñón).
- Renovación de cafetales por parte del gobierno central.
- Líneas de crédito preferencial en la CFN.
- Mercado local.

AMENAZAS.-

- Tiempo de espera para que se den las primeras cosechas de los nuevos cafetales (2017).
- Supervivencia hasta el año 2017.
- Pérdida de clientes por la falta de presencia en el mercado.
- Compromisos laborales (IESS, sueldos, etc.)

Fortalezas.- BELCET S. A. es una empresa con estructura tipo familiar, donde los mandos altos de la misma están asignados al señor Igor Ayala y sus hijos, dejando los cuadros medios y bajos a su personal

administrativo, quienes tienen sueldos racionales que en ningún momento llegan a los 4 dígitos.

A pesar de ser una empresa pequeña en razón a su número de colaboradores, ha llegado a captar hasta el 3% del volumen total vendido al extranjero el año 2011, pero a partir de ese año las ventas y la producción de café de la zona de influencia (El Rodeo), ha decrecido, como ha ocurrido en el resto del país, sin embargo, su gerente tratando de paliar en algo esta situación se ha encargado de adquirir el grano en Loja y Galápagos, con lo cual ha mejorado en algo su rentabilidad.

Para realizar las labores de compra, además del centro de acopio que tienen en El Rodeo donde acuden a entregar el producto o la bodega que tienen en el centro de Portoviejo donde están montadas las oficinas administrativas, también cuentan con un comprador externo que se encarga de visitar las UPA's del lugar, adquirir el producto y entregarlo debidamente lavado para que se proceda en los tendales al correspondiente secado.

Cuenta con un personal fiel y con objetivos sociales amplios que pueden servir para diversificar sus actividades empresariales habituales.

Debilidades.- Lamentablemente al establecer su radio de acción en el Rodeo, provoca que el número de proveedores que tiene BELCET S. A. sea reducido y las plantaciones de donde proviene el grano tienen plantas cuyas edades fluctúan entre los 30 y 40 años y no se han renovado ni fertilizado el suelo, por lo que el rendimiento de las mismas es de carácter decreciente.

El café que se cultiva en el sector es el tipo arábigo, que no es de los mejores pagados en el mercado, el gobierno no ha brindado apoyo al

sector exportador y el panorama al que se deben enfrentar en el futuro inmediato no es para nada esperanzador.

Oportunidades.- Ante esta coyuntura y sabiendo que los mercados internacionales requieren grandes volúmenes de producto, la supervivencia de BELCET S. A. está en juego, pero se le presentan algunas oportunidades que debería aprovechar y le servirían para enfrentar con éxito esta crisis.

En primer lugar se tiene que hay mercados en los que no ha incursionado la empresa, a pesar de estar facultado por encontrarse registrado en sus objetivos sociales, como es la “comercialización de granos”, en general, no solo café, lo que abre la posibilidad de transar con productos nuevos como son el cacao, la higuera y el piñón, que si bien es cierto el primero le posibilitaría seguir incursionando en el mercado extranjero, los otros dos serían para abastecer a las industrias que lo requieren, como son la de productos grasos y biocombustibles, las cuales están instaladas en la ciudad de Manta, así como se podría llegar al mercado nacional procesador de café para sostenerse temporalmente.

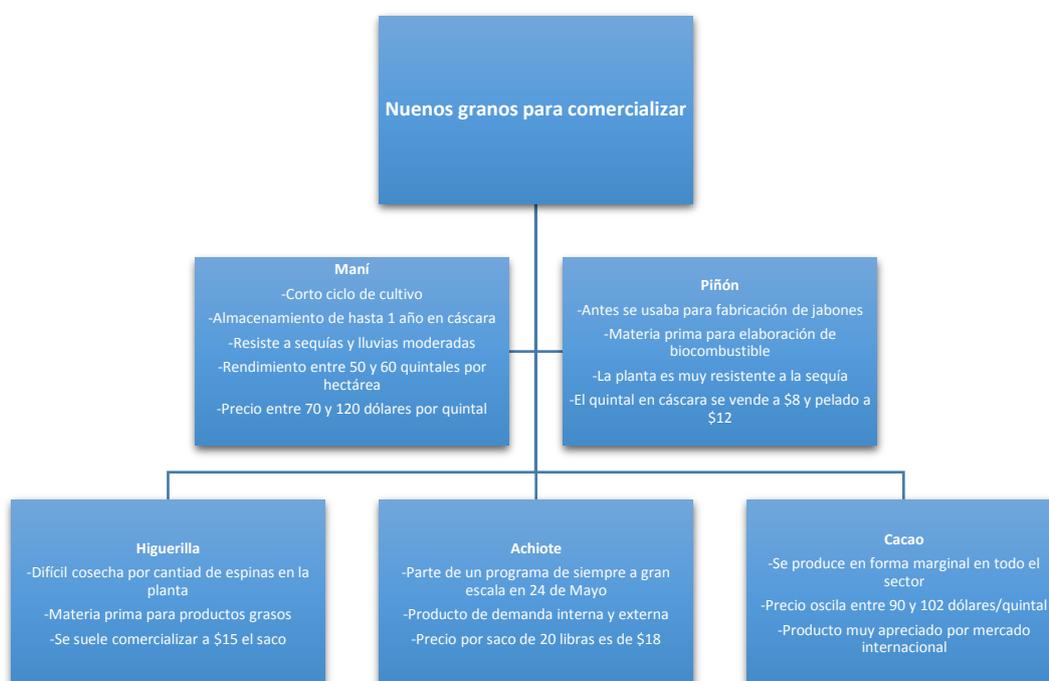
No hay que desechar la posibilidad que ha dado el gobierno nacional con el cambio de la matriz productiva, lo que en forma conjunta con las líneas de crédito concedidas por la CFN se podría aprovechar para montar una planta industrializadora en El Rodeo, con una tasa de interés con un punto más bajo que el señalado por el Banco Central del Ecuador, con periodo de gracia y hasta 15 años para pagarlo, conociendo además cuáles son las preferencias del producto en mercados europeos.

Amenazas.- El sector exportador de café, se encuentra seriamente amenazado para seguir en el mercado, debido a que la solución planteada por el gobierno demorará más de 2 años en dar resultados, mientras tanto deben afrontar obligaciones de distinta índole ante

instituciones como el IESS, el SRI, COFENAC, ANECAFE, etc., además de mantener al personal de planta que por tantos años ha colaborado, además con el serio riesgo de perder a los clientes por la falta de presencia en el mercado. La competencia se mantiene en el mercado porque tienen cafetales donde han aplicado mejoras tecnológicas y obtienen buena productividad.

6.2.1. NUEVOS GRANOS PARA COMERCIALIZAR

Los productos que en el sector de Calderón, Alajuela, San Plácido, Chirijos, Río Chico y Rocafuerte se suelen cultivar son maní, piñón, higuera y achiote.



6.2.1.1 MANÍ

La parroquia Abdón Calderón del cantón Portoviejo cosecha alrededor del 40% del maní que se produce en Manabí, es un cultivo de ciclo corto que se cosecha entre 90 y 130 días después de su siembra, se siembran 4 variedades en el país y todas estas en el sector, son la Iniap 380, el Charapotó o criollo, el Caramelo o 382 y el Rosita o 381, este último es el requerido por la industria de los snacks.

Se puede tener almacenado hasta un año en cáscara y su rendimiento es de 50 o 60 quintales por hectárea, su precio oscila entre 70 y 120 dólares según la temporada el quintal.

No le hace daño la sequía ni las lluvias moderadas, pero si las inundaciones.

6.2.1.2 PIÑÓN

Es una semilla que antes se usaba antes para la fabricación de jabones y hoy es materia prima para elaboración de biocombustible consumido en Galápagos y producido por la empresa La Fabril, la planta es muy resistente a la sequía y se da por todo el sector, en quintal en cáscara se vende a \$8 y pelado a \$12.

6.2.1.3. HIGUERILLA

Semilla de difícil cosecha por la cantidad de espinas que tiene la planta, el cantón con mayor producción en Manabí es Tosagua y sirve como materia prima para elaborar productos grasos solicitados por el sector industrial de la ciudad de Manta, en especial por Castor ecuatoriana. Se suele comercializar a \$15 el saco.

6.2.1.4. ACHIOTE

En la actualidad hay un programa piloto de siembra de este producto en gran escala en el cantón 24 de Mayo, promovido por el GAD provincial, lo que quiere decir que si tiene demanda interna y externa. Se da su producción en forma marginal en el sector y el precio del saco de 20 libras en los centros de abasto está en \$18.

6.2.1.5. CACAO

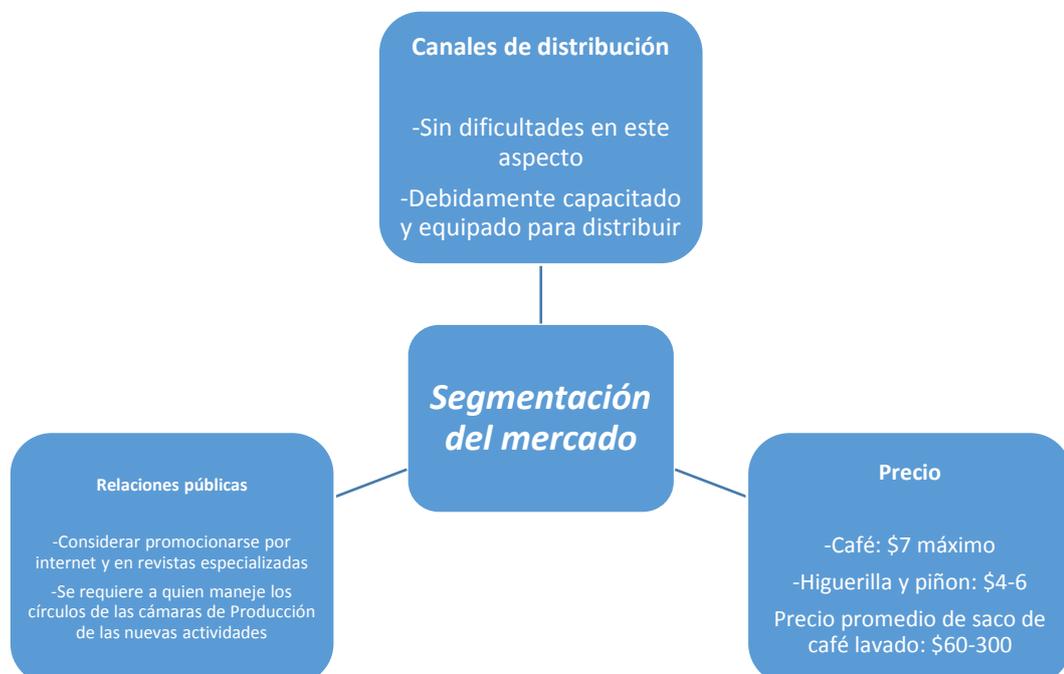
Se produce en forma marginal en todo el sector, su precio oscila entre 90 y 102 dólares el quintal y la calidad del producto es muy apreciada por los mercados internacionales.

6.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Lo primero que se debe hacer es determinar qué se piensa realizar, o seguir comercializando productos del sector primario, o se acogen al cambio de la matriz productiva y se incursiona en el sector secundario con la posibilidad de aprovechar el conocimiento que se tiene del mercado del café para entregar productos al gusto de los paladares más exigentes.

Como la segunda opción requiere de tiempo de gestión y desarrollo del proyecto y es justamente eso lo que menos se tiene, la opción más viable para BELCET S. A., es diversificar las operaciones y mercados de destino de productos del sector primario.

Sin descartar el mercado extranjero como destino final del producto, las líneas a comercializar por la empresa serían, café, cacao, higuera, piñón y no se descartaría el maní, producto muy estimado en el mercado estadounidense.



6.3.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La empresa no tiene dificultades en este aspecto por contar con los medios de transporte que gozan de todas las seguridades para la entrega de los productos, ya sean en fábrica o en puertos, lo que se debería considerar en un inicio es la contratación temporal de un intermediario para ingresar con esas líneas en el país o en el extranjero, si bien el rendimiento por saco es menor en cada uno de los productos aquí señalados, sin embargo se debe considerar que estas actividades tienen el carácter de temporales hasta fines de 2017, luego los accionistas decidirán qué es lo que más les conviene seguir comercializando.

BELCET S. A. ha tenido éxito en el mercado por su sistema de comercialización de adquirir el producto directamente en las UPA'S, labor que debería mantenerla y fortalecerla al incursionar en otras líneas de comercialización.

6.3.2. RELACIONES PÚBLICAS

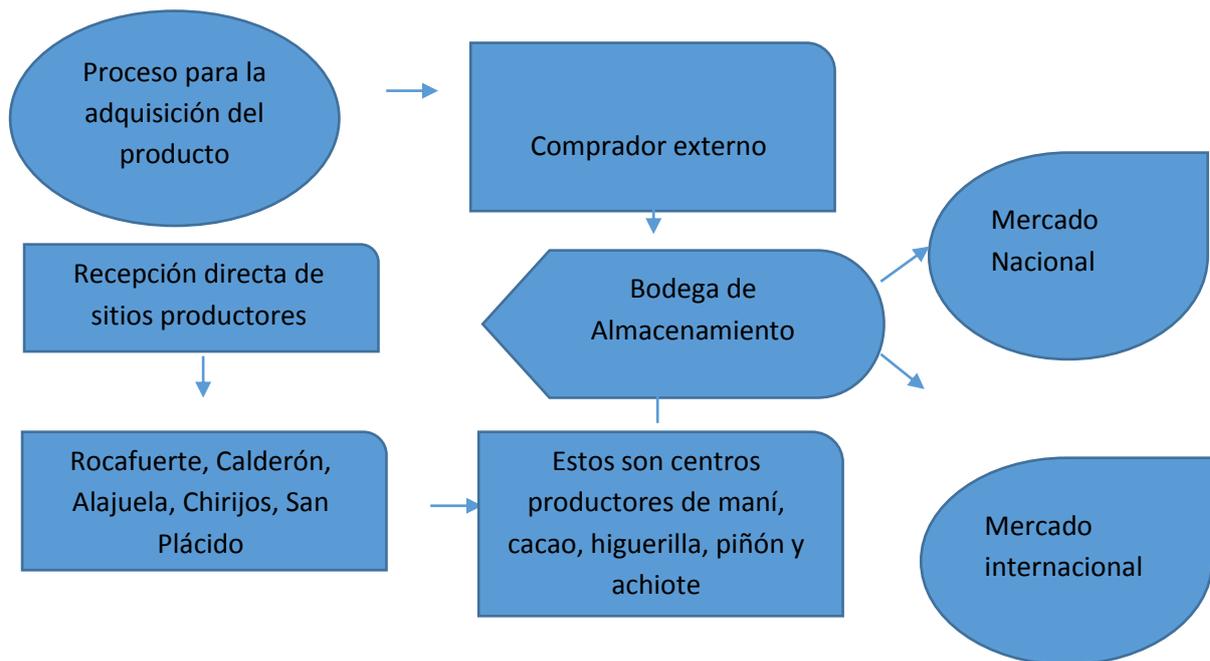
Para este tipo de actividades no se debe invertir en un Relacionador Público permanente, se debería de contratar a una persona para presentar a los círculos de las cámaras de Producción las nuevas actividades en las cuales se procede a incursionar, como también considerar la posibilidad de promocionarse por internet y en revistas especializadas.

6.3.3. PRECIO

El precio del producto es esencial para la organización, ya que es un determinante fundamental de la necesidad de mercado, que afecta la posición competitiva de la empresa y la participación de mercado que esta alcance, sin embargo al no ser un precio diferenciado en mayor grado, se está a la expensa de los entendimientos comerciales a los que se llegue con el sector industrial en Ecuador, porque en el extranjero los precios se fijan en la bolsa de productos agropecuarios

Si se ha estado acostumbrado a ganar alrededor de \$10 dólares por saco de café, en el mercado interno esto baja y se puede ganar máximo \$7, dependiendo la calidad, igual con el cacao, pero la higuera y el piñón tienen rendimientos menores que van desde \$4 a \$6 por saco.

El precio promedio del saco de café lavado fluctúa según su calidad y variedad entre \$60 y \$300.



6.4. CRONOGRAMA

Tabla No .17

Cronograma

ACTIVIDADES	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entrega de propuesta	X	X																		
Socialización de la propuesta				X																
Mesas de trabajo					X	X														
Entrega de actas con temas para talleres							X	X												
Elaboración de la propuesta									X	X	X	X								

6.5. PRESUPUESTO

Tabla No 18

Presupuesto

RUBROS DE	UNIDAD	VALOR
GASTOS		
Hojas papel bond A4	1 resma	\$5.00
Impresora	Canon 280	\$380.00
Tinta para imprimir	1 toner	\$60.00
Cámara fotográfica	1	\$350.00
Viáticos	----	\$270.00
Imprevisto	---	\$96.50
TOTAL		\$1,511.50

BIBLIOGRAFÍA

- 1. ARRIAGADA RODRÍGUEZ, GASTÓN.** (s/f). Liderazgo y trabajo en equipo. pp.2, 3.
<http://www.legionim.cl/Articulos/Arriagada%20RV/Liderazgo%20y%20Trabajoequipo.pdf>
- 2. ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ. ANECAFE.** (2013). Datos exportaciones de café.
Crédito Cafetalero. <http://www.cofenac.org/credito-cafetalero.html>
- 3. CHIAVENATO IDALVERTO** (1999), Administración de recursos humanos. P.489.
- 4. DANIELS Y RADEBAUGH** (2004), Internacional Business. P.352
- 5. DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA COMERCIAL** / Instituto de promoción de exportaciones e inversiones. PRO ECUADOR. Abril 2013. Análisis sectorial de café. http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf
- 6. DUARTE JONATHAN.** (2013). 260 millones de dólares ex exportación de café. Disponible en <http://www.metroecuador.com.ec/61158-usd-260-millones-en-exportacion-de-cafe.html> Grupo mesófilo. (s/f). Manual de producción de café. p.15.
- 7. IDALBERTO CHIAVENATO** (1993), Gestión emprendedora. P.65.
- 8. INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES.** (2011). Análisis sectorial de café y elaborados. <http://www.proecuador.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-AS2011-CAFE-Y-ELABORADOS.pdf

9. **ISHIKAWA KAORU** (1997) ¿Qué es el control de calidad? P.13
10. **JÁCOME, WALTER.** (2005). Bases teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión.
11. **JEROME MC. CARTHY** (1987), Comercialización: un enfoque gerencial. P.34
12. **LIENDO, MÓNICA G. MARTÍNEZ, ADRIANA M.** (2011). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes.
13. **MARX KARL (1984)**, Karl Marx's Economics: Critical Assessments. P.75
14. **MARK SKOUSEN (1994)**, La economía en tela de juicio: mentiras, mitos y realidades. P.152.
15. **MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD.** (2013). Agendas para la Transformación Productiva Territorial: provincia de Manabí. <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-MANABI.pdf>
16. **POTTS, JASON. FERNÁNDEZ, GUIDO WUNDERLICH, CHRISTOPHER.** Prácticas comerciales para un sector cafetero sostenible. Contexto, estrategias y acciones recomendadas. p.63

17. PROECUADOR. (2013). Análisis sectorial de café.
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf

18. RIVADENEIRA, DIEGO. (2012). Comercialización: definición y conceptos.
<http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

19. SOTERO AMADOR, JAVIER ROMANO Y MERCEDES CERVERA
(2007), Libro de contabilidad. P.8.

ANEXOS



Anexo 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CAFÉ DEL SITIO EL RODEO DE LA PARROQUIA RÍOCHICO

1.- ¿Han recibido capacitaciones sobre técnicas de siembra?

Si

No

2.- ¿Quién le ha proporcionado crédito?

Banca estatal

Banca privada

Otros

Nadie

3.- ¿Alguna persona de su familia de su entorno familiar ha emigrado a la ciudad por decepción de la actividad agrícola?

Definitiva

Otras actividades

No

4.- ¿Los cultivos de café que tiene en su predio son solo de café o asociados a algún otro producto?

Asociado

Solo Café

5.- ¿El grano para sembrar está certificado?

Si

No

6.- ¿Cuál es la edad de su plantación de café?

Menor de 5 años.

Entre 5 y 10 años

Entre 11 y 20 años

Entre 21 y 30 años

Entre 31 y 40 años

Mayor de 41 años

7.- ¿Han invertido en el mejoramiento de la calidad del terreno para favorecer a la producción?

Si

No

8.- ¿Venden el café en su totalidad al centro de acopio?

Si

No

9.- ¿Por qué no vende todo el producto al centro de acopio?

Para obtener mejores precios

Tiene otros compromisos

Fondo de reserva

No pagan lo justo

10.- ¿Siembran en tierras propias, alquiladas o de otras personas?

Propia

Alquilada

Otras

11.- ¿Se encuentra conforme con el precio del café?

SI

NO

12 ¿Qué instituciones los ha capacitado para modernizar las técnicas de cultivo?

BANCO DE FOMENTO

UNIVERSIDADES

ONG

COFENAC

ANECAFÉ

OTRAS



Anexo 2

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES LEGALES DE LA COMPAÑÍA BELCET S.A.

**La producción local de café y su incidencia en la comercialización en
la empresa BELCET SA del sitio el Rodeo Parroquia Riochico**

Objetivo

Determinar la incidencia de la producción local de café en la comercialización de Belcet S.A. en el sitio El Rodeo parroquia Río chico.

- 1.- ¿A qué mercado exporta?
- 2.- ¿Cómo hicieron para llegar a mercados tan lejanos como Japón y Alemania?
- 3.- ¿Qué requieren los mercados extranjeros?
- 4.- ¿Les ha brindado soporte el Estado a los exportadores de café?
- 5.- ¿Ha visto beneficios con los cambios realizados por el Estado en cuanto a los cambios en SENAE y PROECUADOR?
- 6.- ¿Conoce si los productores de café han recibido capacitaciones?
- 7.- ¿Tiene conocimiento si el grano para sembrar que utilizan los productores es certificado?

8.- ¿Cuenta con una organización departamental funcional en el área de comercialización?

9.- ¿Ha tenido acceso a créditos?

10.- ¿Con la Banca pública o la privada?

11.- ¿Cómo nació la idea de crear BELCET S.A.?

12.- ¿Cuál es el objetivo social de BELCET S.A.?

13.- ¿Cuál es el margen de ganancia promedio por saco de café vendido internacionalmente?

ANEXO 3

Foto #1



Foto #2



Foto # 3



Foto # 4



Foto # 5



Foto # 6



Foto # 7



Foto # 8



EFFECTOS

ANEXO # 4

