



UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO

INTRODUCCIÓN

El conocimiento de nuevas técnicas de producción ha sido una de las dificultades que poseen los productores con los que trabaja la empresa Belcet S.A. ya que esto deriva en un problema para realizar la producción y comercialización de productos como el café procesado al no contar con la calidad requerida para la venta.

La empresa Belcet S.A. atraviesa por esta dificultad, es la razón por la cual este trabajo de investigación en su objetivo busca determinar el impacto en la comercialización de café procesado en la ciudad de Portoviejo, en la cual se busca realizar un plan de reactivación en los cafetales productivos y mejorar los nivel de comercialización de en beneficio de la empresa Belcet S.A, con el propósito fundamental de expandir las ventas de la empresa productora y lograr obtener una mejor rentabilidad.

Para la comprensión y dinámica de la tesis se divide en capítulos. El capítulo I identifica el problema, los antecedentes, la contextualización histórica social y los objetivos tanto el general como los específicos. Ya en el capítulo II se habla sobre fundamentación teórica y legal, marco conceptual, las hipótesis.

El capítulo III determina los tipos de investigación, modalidades de la investigación, métodos y técnicas a utilizar, tamaño de muestra, los recursos, el cronograma y presupuesto del proyecto.

En el capítulo IV se habla del proceso de producción y comercialización en la empresa Belcet S.A. para obtener mejores resultado en las cuales se presentaran las variables independiente (la producción cafetera) y la variable dependiente (la comercialización) las cuales serán el factor fundamental para el proyecto.

Finalmente, en los capítulos V y El capítulo VI se diseña una propuesta para mejorar la producción y comercialización de Belcet S.A.

CAPITULO 1

1. ASPECTOS PRELIMINARES

1.1. TEMA:

Producción cafetera y su impacto en la comercialización del café procesado en la empresa "Belcet. S. A", de la ciudad de Portoviejo.

1.2. PROBLEMÁTICA

Deficiencias en la producción cafetera en la ciudad de Portoviejo.

1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1. Planteamiento del Problema

Alrededor de 25 millones de personas que viven en zonas tropicales dependen del café como medio de subsistencia. Este cultivo es el sustento económico de muchos países y el segundo producto más comercializado del mercado a nivel mundial, después del petróleo (Ecocafesal, 2009). Para varios países subdesarrollados del mundo el exportar café representa gran parte del ingreso de sus divisas, incluso en ciertos casos llega a ser más del 80%.

El café es un rubro caracterizado en términos económicos por presentar una demanda de naturaleza inelástica, esto implica que la respuesta de la demanda, así como de la oferta ante cambios en el nivel de precios no es inmediata ni proporcional. El consumo por su parte se mantiene estable, prácticamente invariable ante la variación de precios, dado el aspecto cultural o hábito de consumo. (Figuroa, E. pag. 22)

Ecuador es un país muy diverso en lo que respecta a la producción agrícola lo que le brinda una ventaja competitiva dentro de este campo, sin embargo, muchos de estos productos no son aprovechados por exportadores ecuatorianos lo que da como resultado un desequilibrio en la balanza comercial de nuestro país en relación con la colombiana.

Hoy en día el sector cafetero en la provincia de Manabí se ha convertido en un tema de preocupación y falta de interés productiva, ya que no se han realizado programas que impulsen la reactivación de la producción de café tanto haravico como robusta. En el Ecuador la mayoría de las empresas productoras de café carecen de la falta de innovación y de inversión, para lo cual (Vaca, 2016) nos habla acerca de la baja productividad que caracteriza a los sistemas productivos de café en Ecuador se debe principalmente a la falta de conocimiento del germoplasma cultivado, la falta de asesoramiento técnico por parte de profesionales y la falta de inversión en sector productivo de la caficultura, que no solo afecta a la comercialización para el consumidor, sino que también se inclina al importante manejo y control de sus recursos económicos.

Portoviejo cantón que pertenece a la Provincia de Manabí es una zona productora de café en los últimos tiempos sufrió una caída del precio del café ocasionando grandes problemas económicos en la zona, siendo éste su producto de principal producción es por ello que se perdieron grandes áreas de cultivo (cafetales) provocando que las exportadoras y compañías del cantón quebraran las cuales dieron un duro golpe a la comercialización. Los productos comercializados con poco valor agregado, son un denominador común en el sector rural de la Micro región sur de Manabí; esto impide obtener mejores precios, más utilidades y más fuentes de trabajo. La infraestructura de postcosecha del café es casi nula, impidiendo aprovecharlo de manera adecuada, debido a la producción sin innovación, además de que las cantidades de desperdicios del producto son altas.

La problemática que representa la comercialización, es que el comercio tradicional del café no está funcionando adecuadamente para el pequeño cafeticultor, dado que los costos de producción son altos y el ingreso que recibe por medio de la comercialización también es bajo, debido a distorsiones por partes de los intermediadores y comercializadores. Lo cual se ha convertido en una gran problemática ya que en ciertas ocasiones estos ingresos no cubren los

costos de producción y mucho menos para dejarle una pequeña utilidad de ganancia al pequeño agricultor de café. Es muy importante considerar y tener mucho en cuenta que lamentablemente en nuestro país la mayor parte que se dedican a este comercio tan tradicional son nuestros pequeños y medianos agricultores, que en su mayoría son campesinos dedicados a la caficultura.

A nivel nacional son nuestros campesinos quienes tienen la mayor posibilidad de permanecer en el mercado debido a que ellos poseen un costo de producción bajo, pero por razones tales como la deficiencia en el nivel de producción, lo cual esto ha ocasionado que los agricultores tengan un gran desinterés en la comercialización de debido a sus costos de producción y de comercialización que mencionado anteriormente solo les alcanza a cubrir sus gastos sin que les quede una pequeña ganancia de su trabajo.

1.3.2. Contextualización del problema

Las empresas productoras de café haravicos y robustas, son industrias comerciales que transforman la materia prima del café en un producto ya terminado apto para el consumo humano bajo los diferentes estándares de la calidad y de sanidad que establece la ley. A pesar de lo indicado anteriormente, el sector cafetalero en Ecuador ha presentado en los últimos años una debilitada capacidad productiva, altos costos de producción y mala calidad del café. Esto es causado por la baja densidad por hectárea, envejecimiento de los cafetales, insuficiente control de plagas y escasa reposición de los suelos; mientras que la mala calidad del café es consecuencia de la poca infraestructura en el proceso de post cosecha. En el año 2012, la producción de café se mantuvo, lo cual generó que los agricultores tengan buenas perspectivas para los próximos años. Sin embargo, en el año 2014 disminuyó el rendimiento del cultivo de café decreciendo el volumen de producción en un 11%. Es importante destacar que esta no es la causa sino el efecto. Actualmente en

Ecuador se producen 6 quintales de café por hectárea, el Gobierno aspira como meta principal llegar a los 20 quintales por hectáreas. (Agro, 2014)

La problemática que aborda la empresa BELCET S. A en la comercialización de café en la ciudad de Portoviejo, es que no esta funcionando adecuadamente para la empresa productora y comercializadora de café, dado a que sus costos de producción son altos y el valor de ingreso que recibe la empresa por sus ventas son bajos, esto ocasiona que la empresa no obtenga grandes beneficios económicos en su comercialización. La empresa realiza una actividad muy popular en sus compras de café, es decir que una vez obtenida la cosecha de café, la empresa compra el producto a un precio bajo en producción de tal manera que la empresa actúa como intermediario y se beneficia por el precio del producto a vender. Cabe recalcar que la empresa en la actualidad presenta déficit en su volumen de ventas y comercialización debido al bajo nivel de producción que existe en la actualidad por parte de los agricultores, que no cuentan con incentivo de innovación en la producción para mejorar la comercialización de los productos en mejores estándares económicos.

1.4. Delimitación del problema

Cuadro #1

Delimitación del Problema

CAMPO: Empresarial

AREA: sector cafetero

ASPECTO: Comercialización.

TEMA: La Producción cafetera y su impacto en la comercialización del café procesado en la empresa "Belcet. S. A", de la ciudad de Portoviejo.

PROBLEMA: Deficiencias en la producción cafetera en la ciudad de Portoviejo.

DELIMITACIÓN ESPACIAL: La investigación se realizará en la empresa de productora de café Belcet S.A ubicada en la ciudad de Portoviejo.

DELIMITACIÓN ESPACIAL: El presente trabajo de investigación se desarrollará en el periodo marzo 2020 hasta septiembre 2020

Elaborado por: Autor del trabajo de titulación

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

Determinar el impacto de la producción cafetera en la comercialización del café procesado de la empresa "BELCET S. A" de la ciudad de Portoviejo.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Establecer el asesoramiento técnico financiero, vinculándolo con su producción cafetera.
2. Conocer la capacitación operativa, vinculada a producción cafetera.
3. Conocer el nivel de capacitación de los empleados vinculados al nivel de ventas.

1.6. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo alcanzar grandes beneficios económicos, productivos y de comercialización, estableciendo niveles de productividad y comercialización, que me permitirá conocer el nivel actual en el que se encuentra la Empresa "BELCET S. A" de

la ciudad de Portoviejo, la misma que tiene como propósito y perspectiva, según la información recopilada y brindada por dicha empresa, la cual es mejorar el nivel de productividad en los sectores cafeteros mediante el cultivo de nuevas plantas con la atención y dedicación que se merece la misma, la atención y servicio e incrementar los ingresos que requiere la empresa, para ser más óptima en el mercado de su competencia.

La novedad de la investigación se centra única y especialmente, en que es una empresa que se dedica a comercializar y procesar productos provenientes del café, conociendo que es un campo que no se encuentra muy explotado comercialmente debido a falta de productividad cafetera por medio de nuevos programas que impulsen al sector agrícola y la falta de incentivo por causas tales como el precio actual del café, la misma que lo vuelven no comercial ya que se encuentra valores bajos de rentabilidad y de inversión, la misma que puede ser otorgada como una guía innovadora a otras empresas que vayan relacionadas a este mismo tipo de comercialización.

La investigación aportará al desarrollo empresarial, en la que se presenta una propuesta, de tal manera que fortalezca las actividades comerciales en el negocio que dicha empresa maneja, ya que esto beneficiará a la empresa, debido a que obtendrá un nivel de ingresos en cuanto a su mayor volumen de ventas, proveedores, consumidores, presentando un producto de mejor calidad y a un mejor precio, teniendo como consecuencia la fidelidad de los clientes para con la empresa BETCET S. A de la ciudad de Portoviejo.

Los resultados obtenidos servirán de ejemplo para que las empresas que se encuentran dedicadas a este campo competitivo de producción y comercialización del café, tengan como propósito aplicar herramientas, habilidades y estrategias, con el fin de que se efectúe una negociación exitosa, en la que les permita generar su crecimiento y un desarrollo social-económico y comercial.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Históricamente, en la provincia de Manabí en el sector de jipijapa, ha sido uno de los lugares más remotos y preponderantes en los cuales se a llevado a cabo el cultivo y la producción de café, teniéndose datos relevantes que, a partir del año 1860, ya se realizaba la el cultivo de café en ese lugar. Se encontraron datos de fechas muy importantes que sostienen, que en el año 1903 pierde su nivel de importancia y de valor a la agricultura, lo cual tuvo como consecuencia que abandonaran los cultivos por quienes realizaban esta actividad de la caficultura, pero en el año 1905 dos años después de aquel incidente se retoma de con mayor incentivo la actividad agro productiva, gracias a las exportaciones que se dieron en países europeos, desde la provincia de Manabí a través del puerto de manta.

Cabe recalcar que, en dichas fechas establecidas con el inicio del nuevo siglo, la producción de café tuvo que enfrentar una de las peores crisis productivas y de comercialización debido a la caída de precios internacionales los cuales perjudicaron a los agricultores y exportadores, pero también es importante destacar que años más tarde la caficultura retoma su nivel de producción y comercialización los cuales alcanzaron los niveles de producción y utilidades que tuvo a mediados de los años 90. Es importante conocer que Manabí sigue siendo una de las provincias con mayor producción cafetalera ecuatoriana a nivel nacional, con alrededor del 40% del total de producidos en el país.

Según el III censo de agro productividad en la zona costa especialmente en la provincia de Manabí en el año 2000 existían alrededor 100.000 hectáreas sembradas de cultivos de café, 60.000 en un cultivo solo y 40.000 en un cultivo asociado, pero datos estadísticos actualizados

nos dicen que según los organismos especializados en el producto (COFENAC Y ANECAFE) en Manabí existen actualmente alrededor de 70.000 hectáreas sembradas de cultivo de café.

Romero, G. (2016, pag) Análisis sectorial – café verde. ProEcuador, Ecuador

Ecuador cuenta con las condiciones climáticas y de suelo que permiten producir café en sus dos variedades tanto arábigo como robusta, dando un gran potencial de exportación de café en grano verde. Manabí, Loja, y las estribaciones de la cordillera occidental de los Andes son regiones donde se produce con mayor frecuencia la variedad de café arábigo. La producción cafetalera del Ecuador aporta significativamente a la generación de divisas para el país, generando ingresos desde los productores, comerciantes, exportadores, microempresarios, transportistas y trabajadores de las industrias.

Este artículo guarda relación con la investigación por el comportamiento de las exportaciones de café verde presentando en los últimos cinco años, con una proyección a disminuir a partir del 2013, esto ha incidido de forma negativa en el crecimiento anual del producto. En estos casos el café verde tiene gran demanda por los Estados Unidos (51,8%), Colombia (24,7%), Cuba (12,3%) ... especificado esto sabemos que un plan de negocios es necesario para que la empresa Belcet S.A. mantenga como prioridad el mercado colombiano.

Ocampo, L. (2017, pag) Tendencia de la producción y el consumo del café en Colombia. Centro Nacional de Investigación de Café – CENICAFE, Colombia.

Más del 80% de la producción en Colombia es destinado al comercio mundial, el mismo que generó ingresos de exportación de alrededor de 17,9 USD miles de millones al año 2013 y anualmente se consumen 600 miles de millones de tazas de café en todo el mundo aproximadamente. Un ejemplo es Caldas, cuya máxima área cultivada para el año 2004 fueron (90870 Ha) mientras que la mínima es (72370 Ha) al 2015.

En su investigación CENICAFE expone el consumo a nivel mundial de café, de igual manera que la cantidad de hectáreas sembradas en zonas bastante cafetaleras en Colombia, con estos datos se puede identificar la oferta que lograría tener la empresa Belcet S.A. para cubrir la demanda de las localidades.

Duicela, L. (2015, pág.) Uso de fungicidas sistémicos en el control de la roya del cafeto en la provincia de Manabí. Revista de las agro ciencias, Universidad Estatal del Sur de Manabí Jipijapa, Manabí, Ecuador.

La enfermedad denominada defoliación prematura afecta de tal manera que disminuye la capacidad fotosintética y consecuentemente afecta la producción, por lo cual en el 2013 el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), anuncio que esta enfermedad (roya) produjo la pérdida del 50% de la cosecha de café en jipijapa (Manabí) y de 30% a escala nacional.

Gracias a este artículo se puede pensar e identificar una posible causa en la disminución de la cosecha de café en Ecuador, antecedentes necesarios para comparar con el estudio realizado por ProEcuador.

Ceballos, M. (2014) Demanda de café en grano en la ciudad de Pereira – Colombia y la exportación de café en grano desde la provincia Manabí – Ecuador. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

La comercialización de café ecuatoriano en el mercado colombiano es positiva debido a que el grano que produce Colombia es para exportación a nivel mundial y deja desabastecido el consumo interno.

La población de Pereira consume en promedio dos tazas de café de 200ml, consumiendo aproximadamente 13,7 gr de café molido diarios, que durante el año se convierten en 10 kg por persona.

El proceso de exportación de café desde Ecuador a Colombia es una actividad económica que anualmente mueve millones de dólares anualmente, debido a la negociación internacional que existe entre partes; por lo tanto, esta investigación nos permite saber los datos de demanda de café al país colombiano, y que mercados puede tomar Belcet S. A para su exportación de café.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

(Chauvel, 1993) "se entiende por producción la adición de valor a un bien (producto o servicio) por efecto de una transformación. Producir es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades".

Este autor nos habla claramente que el termino producción no es solamente una fabricación sino más bien cualquier actividad que pueda realizar una empresa, es decir que en términos más diplomáticos podemos decir que el termino producción se denomina a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios que represente la actividad comercial de una empresa. Es decir que la producción es un proceso complejo, que necesariamente requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo.

La tierra es aquel factor productivo que engloba a los recursos naturales; el trabajo es el esfuerzo humano destinado a la creación de beneficio; finalmente, el capital es un factor derivado de los otros dos, y representa al conjunto de bienes que además de poder ser consumido de modo directo, también sirve para aumentar la producción de otros bienes. La producción combina los citados elementos para satisfacer las necesidades de la sociedad, a partir del reconocimiento de la demanda de bienes y servicios.

Chinchilla H (2009, pág. 2). La apertura de nuevos mercados es conocer gustos y preferencias de grupo objetivo partiendo de un estudio de mercado y haciendo un estudio de factibilidad de proyecto en él, lo que se busca establecer es si el producto o servicio nuevo va a brindar una rentabilidad como empresa y durante cuánto tiempo va a recuperar el dinero invertido para finalmente ver si va a resultar el producto o invertir en nuevas alternativas.

Es muy importante conocer que el termino producción es muy amplio en sector cafetero, ya que es una rama con perspectiva al desarrollo productivo de la empresa "BELCET S. A". debido a que hoy en día se enfrentan a nuevos cambios en su entorno, tanto social, económico y tecnológico, para los cuales son factores muy importantes que impactan en la comercialización de café procesado y el posicionamiento de nuevos mercados basándose en un estudio de mercado para medir el nivel rentabilidad.

El desarrollo del cultivo de café se llevará a cabo en un terreno destinado para el cultivo y producción del mismo, de tal modo que para que se dé el desarrollo de éste habrá que hacer una mejora en el modelo de gestión ya sea para producir y para la comercialización, luego de cumplidas estas etapas se podrá competir y llegar a un nivel máximo en el ámbito del negocio.

Para empezar con la cultivación primero hay que analizar y estudiar el terreno, luego de eso se prepara el terreno, se hace la cultivación, se inspecciona día a día el avance del cultivo, para luego realizar su respectivo proceso de comercialización dependiendo de la calidad del producto se obtendrá mayor competitividad y rentabilidad.

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las

actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman.

Según Francisco Gómez Rondón: "Se refiere a la compra-venta de bienes y servicios, que serán utilizados en la fabricación de otros bienes, o servicios".

Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

Según lo mencionado anterior mente la comercialización de café procesado es básicamente el café que es guardado después de cumplir con el proceso de cultivo y producción, para que al final sea mercadeado mediante asociaciones, distribuidores, o empresarios, que será el paso primordial para poder vender ya sea en el mismo país o en el exterior, (Ambrosio, 2011).

Todas las ciudades que exportan este producto tienen un sistema de comercialización y cada vez que se exporta o se realiza algo referente al cultivo o al negocio es esencial hacer ajustes ya sea para recuperar ciertos datos o para crear algún utensilio que se pueda requerir en la trayectoria de lo que es la comercialización o en la competitividad, (Ruiz, 2011).

Entonces nos queda claro que la comercialización es la acción de comercializar un producto.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

1. **Apertura de mercado:** Es la Acceder la admisión de bienes o servicios de un país que no ha ingresado al mercado para desde el exterior para rivalizarse con los productos nacionales. (Chamobumbi, 2011)

2. **Desarrollo empresarial:** Proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa. (Chamobumbi, 2011)
3. **Aranceles:** Es el valor que se destina a los productos de importación o exportación. Así mismo el impuesto de importación es el que más se extiende mientras que el de exportaciones son menos comunes. (Carmona, 2005)
4. **Incoterm:** Términos internacionales de comercio son términos, de tres letras cada uno, que reflejan las normas de aceptación voluntaria por las dos partes compradora y vendedora. (Carmona, 2005)
5. **Empresas.** - Unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.
6. **Comercio.** - Es una actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio y transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. Generalmente, el comercio es desarrollado en un ámbito de ferias, muestras y mercados, cuya actividad tiende a exhibir el producto terminado y a favorecer su difusión y venta, conociéndose como comercialización.
7. **Ingreso.** - Es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que da lugar a alternativas positivas en el patrimonio neto de la misma.
8. **Producción.** - Cualquier actividad que sirve para crear, fabricar o elaborar bienes y servicios; en un sentido algo más estricto puede decirse que la producción económica es cualquier actividad que sirve para satisfacer necesidades humanas creando mercancías o servicios que se destinan al intercambio.

9. **Comercialización.** - Es el conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios; estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales, y se pueden presentar en dos planos micro y macro.
10. **Demanda.** - Es la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido.
11. **Oferta.** - Es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos
12. **Negociación.** – Es un proceso de intercambio de información y compromiso en el cuál dos o más partes, que tienen interés común y otros divergentes, intentan llegar a un acuerdo.
13. **Estrategias.** - Es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, es la determinación de objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos.
14. **Técnicas de negociación.** - Son aquellos modelos de conducta que utilizan los participantes en un proceso de negociación para influirse unos a otros y conseguir una solución satisfactoria.

2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En la constitución del Ecuador, en el artículo 281, del numeral 13, se establece que es responsabilidad del Estado prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

Según lo indagado se encuentra regulada por la Ley Orgánica del Consumidor, la misma que en el artículo 4, literal 4, establece que: “Los consumidores tienen derecho a conocer de

forma adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre el bien o servicio ofrecido en el mercado, así como los precios, características, calidad y demás aspectos relevantes del producto, incluyendo los riesgos que pudieran presentar”. En el artículo 9 se establece que los bienes a ser comercializados deben exhibir sus precios, peso y medidas de acuerdo a la naturaleza del producto.

De acuerdo con la Constitución del Ecuador, se establece que el art. 319 de la Carta Fundamental, indica que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre las comunitarias, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas o mixtas, en la que el Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; la misma que le garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Dentro del mismo contexto, bajo la sustentación del art.335 de la Carta Política, indica que el Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos, donde el Estado definirá una política de precios, la que se encargará de proteger la producción nacional.

Nos asentamos, en el art.416, numeral 12, determinando que las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional responderán los intereses del pueblo ecuatoriano; al que le rendirán cuenta de sus responsables y ejecutores, fomentando un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente la justicia, solidaridad, estableciendo un sistema financiero justo y equitativo.

La presente investigación se encuentra regulada por el Código de Comercio publicada su actualización en el año 2019, de la Actividad Mercantil y de los Actos de Comercio en General,

para lo cual el art. 7, define que, se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente al desarrollo de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado.

Señalando, el art. 10, literal a, determina que los comerciantes o empresarios se definirán bajo los términos de este Código de Comercio; tomando en referencia dentro del mismo artículo, literal d, se dice que, las personas naturales que se dedican a actividades agropecuarias, manufactureras, agroindustriales, entre otras; y que se dediquen a un mayor volumen de su actividad, tienen la obligación de llevar contabilidad de acuerdo con la ley y las disposiciones reglamentarias pertinentes.

Considerando, el art.13, encontramos los deberes específicos de los comerciantes o empresarios que deben cumplir entre ellos son: llevar contabilidad, o una cuenta de ingresos y egresos; la correspondencia que refleje sus actividades de forma ordenada; obtener el permiso necesario para el ejercicio de su actividad.

Por lo tanto, nos fundamentamos el art. 14, conceptualizando que la empresa es la unidad económica a través de la cual se organizan elementos personales, materiales e inmateriales para desarrollar una actividad mercantil en un lugar determinado, en la que pondrán forma parte de una o varias establecimiento de comercio o empresas.

Cabe recalcar que la renovación del sector cafetalero arranca oficialmente. Esto, sobre la base de una reforma a la Ley Especial del Sector Cafetalero vigente desde 1995. El primer paso lo dio el presidente de la República, Rafael Correa, el pasado 27 de junio, cuando envió a la Asamblea Nacional la propuesta Ley Reformatoria a las Leyes Constitutivas del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (Iniap) y Especial del Sector Cafetalero.

Dentro de la reforma se deroga la Ley Especial del Sector Cafetalero y, con esta, también ocurriría lo mismo con el Consejo Cafetalero Nacional (Cofenac), organismo que ha venido

definiendo la política y el desarrollo del sector. Así mismo, sostiene que con su desaparición se conformará el Consejo Consultivo.

Este nuevo organismo, que será creado por acuerdo ministerial, pasará a ejecutar los programas de desarrollo estratégicos productivos y de comercialización del café en Ecuador. También se encargará de asesorar al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap) en temas relacionados con investigación, capacitación, planes crediticios y fomento agropecuario.

2.5. HIPÓTESIS

2.5.1. Hipótesis lógica

La producción cafetera impacta significativamente en la comercialización de café procesado de la empresa "Belcet S. A" de la ciudad de Portoviejo.

2.5.2. Hipótesis Nula

La producción cafetera no impacta significativamente en la comercialización de café procesado de la empresa "Belcet S. A" de la ciudad de Portoviejo.

2.5.3. Hipótesis estadística

$V.I = A$

$V.D = B$

$H_1 =$ Hipótesis Lógica

$H_2 =$ Hipótesis Nula

$H_1 = A > B$

$H_2 = A \leq B$

2.6. SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1. Variable Independiente

La producción cafetera

2.6.2. Variable dependiente

Comercialización de Belcet S. A



UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO

2.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES BÁSICOS	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
SEGÚN FRANCISCO GÓMEZ RONDÓN: "SE REFIERE A LA COMPRA-VENTA DE BIENES Y SERVICIOS, QUE SERÁN UTILIZADOS EN LA FABRICACIÓN DE OTROS BIENES, O SERVICIOS".	Producción	Costo de producción. Factores de productividad. Proceso productivo	¿Conoce usted los factores o falencias que indiquen en la producción de Belcet? ¿Cuáles son los procesos productivos de Belcet?	Entrevista dirigida al gerente de la empresa.
	Innovación	Calidad del proceso y producto.	¿Cumple la empresa con los roles de estándares de calidad necesarios para la producción y comercialización del producto?	Entrevista dirigida al gerente de la empresa.

Estrategias de innovación ¿Qué tipo de innovación ha realizado la empresa?

Tipos de innovación ¿Considera que la empresa ha innovado desde la etapa de su creación?

Importancia del volumen de ventas ¿Cuál es el canal de comercialización que utiliza la empresa. Entrevista dirigida al gerente de la empresa.

Técnicas de ventas empresa?

Alcance y proceso de las ventas. ¿Con cuántos vendedores cuentan en su fuerza de ventas?

Estrategias de marketing

: Comercialización

nte: La producción cafetera

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
LA PRODUCCIÓN CAFETERA ES ALGO CONSTANTE, SIN EMBARGO, EL NO TENER CONOCIMIENTO DE NUEVAS TÉCNICAS Y AVANCES EN LA PRODUCCIÓN MUCHAS VECES OBLIGAN A NO ESTAR A LA VANGUARDIA DE	Asesoramiento técnico	Asesoramientos técnicos y tecnológicos.	¿Ha recibido asesoramiento técnico para su empresa?	Entrevista dirigida al gerente de la empresa.
	Capacitación	Motivación Laboral Desarrollo Profesional Comunicación Interna	¿La empresa le ha brindado capacitaciones laborales?	Entrevista dirigida al gerente y personal de la empresa.
			¿Con qué frecuencia capacita al personal de producción y administrativo de la empresa?	

<p>NUEVAS TECNOLOGÍAS Y DEJAR DE PRODUCIR DICHO PRODUCTO DEBIDO A QUE LLEGAN A EXISTIR MÁS PERDIDAS QUE GANANCIAS.</p>	<p>Empoderamiento</p>	<p>Desarrollo personal y cultural</p> <p>Empleados comprometidos</p> <p>Conocimientos e información</p> <p>Respeto cultural</p>	<p>Entrevista dirigida al gerente de la empresa y empleados</p> <p>¿existe dentro de la empresa el desarrollo personal y cultural por parte de los empleados?</p> <p>¿poseen los empleados y miembros administrativos el conocimiento e información suficiente para su desarrollo laboral?</p>
---	-----------------------	---	--

UNIVERSIDAD
DE PORTO RICO

GRAFICO #1

ARBOL DEL PROBLEMA



CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación se encarga de proporcionar herramientas teórico-prácticas para la resolución de problemas por medio del método científico. Estos constituyen una actividad de racionalización y fomento del desarrollo intelectual mediante la investigación sistemática de la realidad.

3.1.1. Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria se utilizó para establecer las causas y efectos que trae consigo la escasa ausencia de conocimiento, de realizar la producción de café y su proceso de comercialización por parte de la empresa "Belcet s. A" hacia sus clientes

3.1.2. Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación fue aplicada a la empresa "Belcet s. A", quien será sujeto de estudio, la cual nos brindará la información necesaria para describir las características de la empresa.

3.1.3. Investigación Analítica

Esta investigación busca entender las diferentes situaciones y factores que intervienen en la producción y comercialización de café en la empresa "Belcet s. A", sus recursos económicos y su incidencia en nuevos mercados.

3.1.4. Investigación sintética

El método sintético es uno de los utilizados en la investigación científica, entre los tantos que existen. Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis.

Es decir, se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen, para lo cual en la investigación del método sintético información actualizada con datos parciales de todo, para de tal manera interpretar y analizar toda la información obtenida por la empresa "Belcet S. A" en el transcurso de la investigación.

3.1.5. Investigación propositiva

Esta investigación es un proceso dialectico que engloban un conjunto de técnicas, con el fin de resolver preguntas y encontrar respuestas, es decir, que esta investigación busca fomentar y propiciar la investigación científica como objeto del estudio realizado en la empresa Belcet S. A. (Portoviejo-Manabí) con el objetivo de lograr altos niveles de productividad y alcanzar nuevas comercializaciones en nuevas plazas comerciales.

3.2. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Investigación bibliográfica

En esta investigación vamos a hacer referencia a toda la información material que nos ha brindado la empresa "BELCET S. A".

3.2.2. Investigación de campo

En esta modalidad de la investigación se recorrerá al lugar donde hemos obtenido la información de primera mano para elaboración del estudio en la empresa BELCET S. A

(Portoviejo-Manabí), para la realización de estudios basados en la producción y comercialización de café.

3.3. METODOS Y TECNICAS

3.3.1. MÉTODOS

Deductivo

Este método permitirá y facilitará establecer las recomendaciones y conclusiones, partiendo de datos generales y de primera mano, con el fin de encontrar principios desconocidos, a partir de lo conocido.

Inductivo

En este método de investigación con mayor importancia se emplearán factores relevantes que intervengan en la producción y comercialización de la caficultura, con el propósito de implantar conclusiones sobre la investigación, partiendo de casos particulares.

Analítico

En esta parte de la investigación vamos a determinar e interpretar los resultados obtenidos en la investigación, para de tal manera observar las causas, la naturaleza y sus efectos.

Hipotético

En este método hipotético se creará una hipótesis con el fin de aclarar y explicar el fenómeno para comprobar la verdad de lo publicado comparándolos con la realidad.

Sintético

En la aplicación de este método muy importante se presentará datos con mayor relevancia, para interpretar y analizar toda información obtenida de la empresa BELCET S. A en el transcurso de esta investigación.

1.3.2. TÉCNICAS

Entrevista

En este proceso de la entrevista le vamos a realizar al gerente de la empresa Belcet, Ing. Higor Ayala Rivadeneira, secretaria y empleados que trabajan en la empresa agrícola "Belcet S. A", con el propósito de analizar el proceso que desarrolla la empresa. El significado de este proceso consiste en entablar una conversación con una persona que sea miembro del equipo laboral de la empresa y que está fundada en una serie de preguntas en orden o versiones diseñadas al entrevistador, sobre la cual el individuo o en este caso el entrevistador nos brindara con facilidad su contestación o dictamen.

Encuesta

En la encuesta que se realizará a clientes de la empresa Belcet S.A, quienes realizan la compra de productos de manera frecuente.

1.4. POBLACION Y MUESTRA

3.4.1. TIPO DE POBLACION

Para la ejecución y desarrollo de la presente investigación hemos considerado la ciudad de Portoviejo, que de acuerdo con la INEC se calcula un total de población de 321.800 de habitantes en la ciudad de Portoviejo según censos y datos actualizados hasta el presente año.

3.4.2. TIPO DE MUESTRA

Para el tipo de muestra, se aplicará el cálculo de la muestra aleatoria para el análisis de la población.

3.4.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA

n: muestra

P: nivel de ocurrencia. 50% / 100:0.5

Q: nivel de no ocurrencia. 50% / 100:0.5

N: población. 321.800

Z: nivel de confianza z: 1.96

E: nivel de significancia 5% / 100:0.05

$$n: \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{z^2 \cdot P \cdot Q + NE}$$

$$n: \frac{(1.96)^2 \cdot (0.8) \cdot (0.8) \cdot 321800}{(1.96)^2 \cdot (0.8) \cdot (0.8) + 321800 (0.08)^2}$$

n: 122

3.5. RECURSOS

3.5.1. TALENTO HUMANO

- a) Autor de la investigación
- b) Tutor
- c) Directivos

3.5.2. MATERIALES

- a) Hojas
- b) Tinta
- c) Cuaderno
- d) Esferos

3.5.3. TECNOLÓGICOS

- a) Computadora
- b) Pendrive
- c) Internet
- d) Impresora

3.5.4. ECONÓMICOS

- a) Transporte
- b) Gastos de impresión
- c) Comida
- d) Materiales

3.6. FUENTES Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para el trabajo de investigación se utiliza el programa de Word, que servirá para el procesamiento del texto y redacción del trabajo investigativo, para el procesamiento de tablas y gráficos estadísticos se utilizará Excel y para desarrollar la sustentación de lo investigado se utilizará el programa de PowerPoint.

3.7. PRESUPUESTO DE GASTOS

Tabla 1: Presupuesto de gastos

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Papel	2 resmas	4 \$	8 \$
Impresiones	200 hojas	0.50 \$	100 \$
Transporte	20 viajes	10 \$	200 \$
Alimentación	30 desayunos	3 \$	90 \$
Cuadernos	1 cuaderno	1.75 \$	1.75 \$
Esferos	5 esferos	0.50 \$	2.50 \$
Anillado	2 anillados	1.50 \$	3.00 \$
Carpetas	2 carpetas	0.75 \$	1.50 \$
PENDRIVE	1 unidad	10 \$	10 \$
INTERNET	5 meses	25 \$	125 \$
TOTAL			536.75
Imprevistos 8%			53.67
TOTAL			590.42

3.8. CRONOGRAMA

Tabla 2: Cronograma

ACTIVIDAD	TIEMPO ESTIMADO	FECHA DE INICIO / CULMINACIÓN
PREPARACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN	1 semana	Mayo 11 / mayo 15 / 2020
CAP. I ANTECEDENTES PRELIMINARES	1 semana	Mayo 18 / mayo 22 / 2020
MARCO TEÓRICO CAP. II	3 semanas	Mayo 25 / junio 12 / 2020
METODOLOGÍA CAP. III	1 semana	Junio 15 / junio 19 / 2020
TUTORÍAS PERSONALIZADAS	3 semanas	Julio 22 / Julio 10 / 2020
TUTORÍA PERSONALIZADA (TUTOR)		
DESARROLLO DEL CAPÍTULO IV	3 semanas	Julio 13 / Julio 31 / 2020
DESARROLLO DEL CAPÍTULO V	3 semanas	Agosto 3 / agosto 21 / 2020
DISEÑO DE PROPUESTA	1 semana	Agosto 24 / agosto 21 / 2020
CONTROL DE PLAGIO REVISIÓN LECTORA	1 semana	Agosto 31 / Sept 4 / 2020
CORRECCIÓN Y ARREGLO DE DOCUMENTACIÓN	1 semana	Sept 7 / Sept 11 / 2020
SUSTENTACIÓN	1 semana	Sept 14 / Sept 18 / 2020

CAPITULO IV

Variable dependiente: la comercialización

En el siguiente contenido, se analizarán los aspectos teóricos relacionados a la comercialización cafetera, y el aporte de la comercialización dentro de estos procesos, la cual permitirá continuar con la investigación, basadas en el análisis del soporte teórico en referencia a la comercialización cafetera.

4.1 PRODUCCIÓN

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo.

BELCET S.A, una empresa orgullosamente ecuatoriana, legalmente constituida, fundada por el Ing. Igor Ayala, actual gerente, tiene 30 años de experiencia en el mercado cafetero nacional, mercado con altibajos, mercado que involucra desde el agricultor hasta la industria. Por largo tiempo hemos abastecido a la industria nacional, pero hace 10 años, con el propósito de fortalecer nuestra posición en el mercado y mejorar la condición de los agricultores que nos proveen, decidimos incursionar en el mercado internacional de café verde

En nuestros días, el crecimiento de una empresa radica en su capacidad de ofrecer un producto con valor agregado a clientes en cualquier lugar del mundo. Sin embargo, la internacionalización es una operación estratégica, que demanda dedicación, entusiasmo y conocimiento en el área del negocio, todo esto para llegar a ser un exportador exitoso.

BELCET SA, ofrece a sus clientes los siguientes productos: El producto terminado que le enviamos a nuestros clientes en el exterior, es el mejor café arábica y robusta, que cumple con las características internacionales de granulometría y organolépticas exigidas por el mercado del café.

Otro rubro importante de la producción es el acopio y procesamiento de cafés Arábica y Robusta para el consumo de la industria nacional, garantizando los altos estándares de calidad física y de sabor que ella exige.

La empresa BELCET S. A cuenta con el beneficio en seco, en el que ofrecemos, el procesamiento del café verde (secado pilado, pulido, maquinado y selección electrónica) direccionando a los productores agrícolas y secadores de café. Contamos con una línea moderna y eficiente para procesar café, adicional con un control personalizado de los procesos, que garantiza la calidad para la venta y opción de comercialización.

En la empresa BELCET S. A, la aplicación de la producción es la clave para que asegure su éxito. Por lo tanto, en la empresa su componente más importante es la producción, en tanto es fundamental que cuenten con un buen control y planificación para que mantengan su desarrollo en un nivel óptimo. Cabe recalcar que la producción es el conjunto de herramientas administrativas, que va a maximizar los niveles de la productividad de una empresa, por lo tanto, la producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de diferentes maneras, para así obtener un producto de calidad.

4.1.1 COSTO DE PRODUCCION

El Costo de producción se define como la expresión monetaria de los recursos empleados en el proceso de producción de las empresas y refleja la esencia económica de las relaciones de producción, que por lo general constituye una categoría económica que expresa la suma de todos

los gastos que se incurren en la producción en forma monetaria. Los costos de producción de BELCET S. A son:

Mano de Obra, Materia Prima (café en grano verde), Piolas, Sacos, Costo Financiero, Transporte, Seguridad Privada, Luz, Agua, Teléfono, Internet, Combustible y Movilización, Gastos de Exportación.

La forma monetaria permite expresar el costo, como indicador generalizador, los gastos de la empresa diferente por su forma física. La reducción del costo de producción es un objetivo de cada eslabón de la producción y la premisa indispensable para la elevación de su nivel de eficiencia. El costo de la producción es uno de los indicadores cualitativos fundamentales del trabajo de la empresa.

“El conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionadas con las funciones de producción, distribución, administración y financiamiento”. (Leon, 1970)

Claramente es autor nos da a entender que los costó de producción son aquellos gastos que afrontan todas las empresas comerciales como la empresa comercial BELCET, que son los costos o gastos que debe mantener la empresa para mantener un proyecto, de esta manera los costos de producción de la empresa fluctúan en los niveles de producción o comercialización que mantenga o realice la empresa con mayor frecuencia.

4.1.2 FACTORES DE PRODUCTIVIDAD

La productividad es la cantidad que se puede producir ya sea un producto o un servicio en un determinado tiempo. La productividad es un factor que mide la eficiencia y la eficacia de una

producción por un término conocido como el capital utilizado en dicha producción que también puede ser medido por unidad de trabajo.

La empresa BELCET S.A cuenta con varios factores de productividad que son esenciales para la obtención de un café que con cumpla con los roles y estándares de calidad que demanden los clientes y puedan satisfacer las necesidades, la empresa cumple con un gran compromiso hacia las familias cafeteras y con los agricultores con el café, con su calidad, con el trabajo que realicen los cafetaleros y con el cuidado de los recursos naturales.

Los factores de productividad que maneja la empresa son los siguientes:

- Factores de manejo: son aquellos en los cuales la empresa se concentra en los cultivos, en una correcta y excelente fertilización que son fundamentales para mantener los cafetales productivos.
- Factores de ambientales: los cuáles son muy importantes para el desarrollo de vida de la planta cafetalera

Es muy importante destacar que la empresa busca incrementar la productividad, para lo cual empresa desea realizar una inversión, la cual es invertir en una modalidad de trabajo más eficiente para que la empresa mantenga el mismo nivel de productividad, es decir que invierta en unas tecnologías para aumentar la producción y reducir gastos operativos.

“Según (Smith, 2013) sostiene que la productividad aumenta a medida que se incrementa la división del trabajo. La productividad, considerada como la capacidad de producir una cierta cantidad de bienes con un conjunto de recursos dados, será mayor si el trabajo se divide entre especialistas que cumplan funciones definidas.”

En este caso lo esencial es saber que básicamente mejorar la productividad es la clave para mejorar el nivel de vida laboral que mantenga una empresa, ya que repercute en el incremento de sueldos y con es motivación lograra que los empleados se motiven a trabajar más de tal manera que se incrementara el capital invertido en los cuales se basan en los tipos de productividad como productividad laboral y productividad parcial las cuales ambas influyen en el crecimiento de la empresa.

Existen factores muy importantes que impactan a la productividad tales como: factores externos (que no dependen de la empresa) e internos (que dependen de la empresa).

Tabla 3: Entrevista Comercial Los Johans

<i>EMPRESA</i>	COMERCIAL LOS JOHANS
<i>RUC</i>	
<i>CIUDAD</i>	Portoviejo - Ecuador
<i>ENTREVISTADO</i>	Johan Intriago Meza
<i>ÁREA DE TRABAJO</i>	Gerente – Proveedor de Belcet S. A

Fuente: Johan Intriago Meza
Elaborado Por: Junior Intriago

La entrevista realizada al gerente de la empresa “Comercial Los Johans” es de mucha importancia para el desarrollo de la presente investigación.

El comercial Los Johans mantiene relaciones comerciales como proveedor de la empresa Belcet S.A durante más de quince años, menciona que su empresa busca actualizarse con respecto a la producción y comercialización del café. Indica que hace varios años atrás era mucho más fácil la comercialización debido a que no se exigía mucho el tema de la calidad, pero con el paso de los

años el ítem de calidad ha comenzado a tener renombre al momento de comercializar el producto y es allí donde su empresa se ha visto en la necesidad de buscar alternativas de innovación para poder brindarle a Belcet S.A un café digno y de calidad de exportación.

Sin embargo, la realidad del campo cafetero es que son muy pocos los nuevos clientes que su empresa logra captar, cada año son menos los productores en esta área y básicamente sus clientes han sido los mismos durante algunos años, sin existir una nueva empresa en los últimos 5 años con la que se pueda comercializar, el lo asume al hecho de que “el café se terminó, se acabó” y desde entonces el comercio se volvió un poco “flojo” y es allí donde su empresa se colocó a la vanguardia en compra de café para posterior véndelo a Belcet S.A.

Confiesa que el uso de medios virtuales le ha ayudado bastante al momento de comercializar sus productos pero que hasta la fecha lo ha podido aplicar en el café, menciona también que lo que le da el valor agregado a la empresa Belcet S.A es muy seria y su cumplimiento siempre ha sido responsable, es por esta razón que siempre ha escogido a Belcet S.A sobre otras empresas en el mercado.

4.1.3 PROCESOS PRODUCTIVOS

Los procesos productivos son un conjunto de actividades que van encaminada a la transformación de un recurso o de un producto, que van a la par con la información y tecnología necesaria en las cuales intervienen personas cuyo objetivo general es satisfacer las necesidades de los usuarios es decir en este caso los clientes o individuos.

En los procesos productivos, el proceso de transformación es un proceso que lleva un estudio adecuado y planificado, ya que de este estudio depende la calidad del producto o servicio que se vaya a realizar y colocar en el mercado, un ejemplo claro de los procesos productivos son los que

realiza la empresa BELCET el cual compra la materia prima en este caso el café la cual pasa por un proceso de transformación, el cual se convierte en un café ya procesado y apto para el consumo de las personas amantes del café y listo para comercialización al consumidor, cuyo valor es más elevado que la materia prima que lo compone.

El proceso productivo de BELCET S. A, empieza con la recepción de la materia prima, a la cual, se le toma una muestra previa con el fin de realizar un análisis y verificar si el café cumple con los estándares de calidad requeridos; uno de estos parámetros que se debe verificar es la humedad del café, si esta excede el 12:00 %, se debe realizar el proceso de secado, para así ajustarlos a las normas de calidad. El secado consiste, en exponer el café en grano verde a los rayos directos del sol por capas delgadas de 5 cm, cuando están muy húmedas, y cada vez más gruesas a medida que progresa el secado. BELCET S.A., además del tendal, cuenta con una secadora a diésel para 600 quintales de café.

Luego de verificar el cumplimiento de los mismos, se procede a realizar el pilado y pulido del café en grano verde, el cual consiste en la eliminación o remoción mecánica de la cascarilla del grano de café seco procesado por la vía húmeda y la eliminación de la película plateada del café seco.

- Clasificado. Los granos verdes se clasifican por su tamaño y color, mediante máquinas electrónicas especializadas.
- Envasado. Una vez clasificado el café en grano verde, se envasa en sacos, los cuales se estiban por lotes para proceder a la exportación o venta en el mercado interno.

Es decir que el proceso de producción para la empresa BELCET es el más importante ya que la finalidad es reducir costos de producción, para optimizar el empleo de los recursos, lo cual lo

convierte en una ganancia para la empresa y también para el consumidor final o cliente es decir que uno gana más y el otro paga menos.

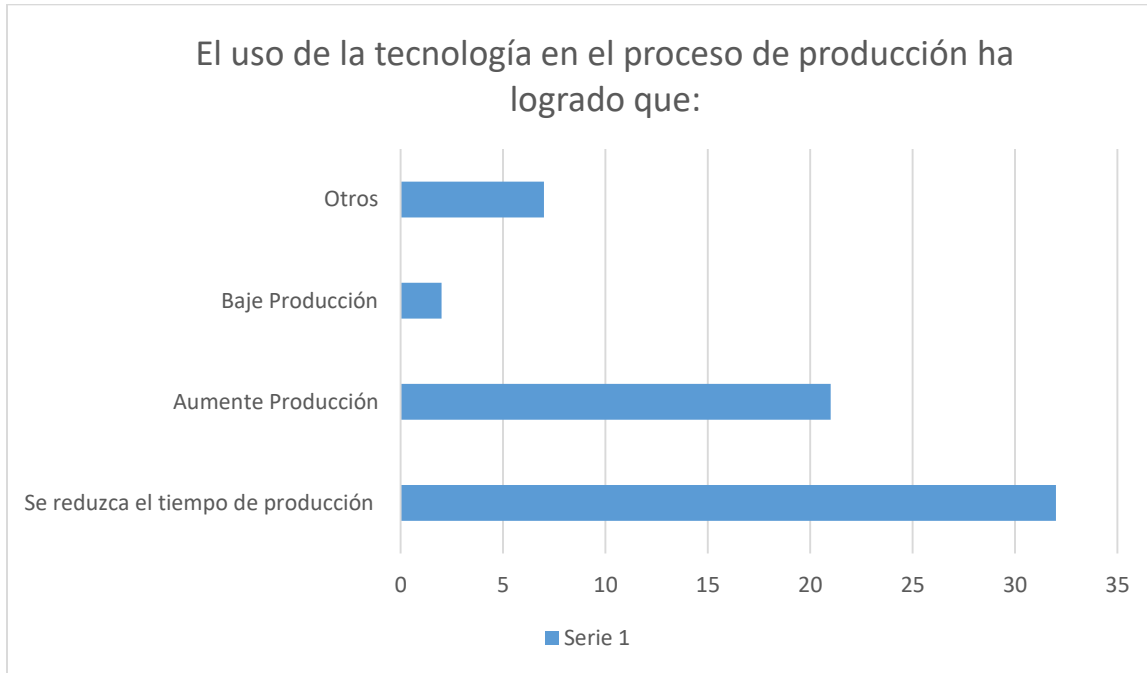


Ilustración 1 El uso de la tecnología en el proceso de producción

Fuente: Agricultores y comerciantes de la provincia de Manabí

Elaborado por: Autor de trabajo de titulación

Tabla 4: Entrevista Belcet S. A

ENTREVISTA

<i>EMPRESA</i>	BELCET S. A
<i>RUC</i>	
<i>CIUDAD</i>	Portoviejo - Ecuador
<i>ENTREVISTADO</i>	Ing. Igor Ayala
<i>ÁREA DE TRABAJO</i>	Gerente

En toda empresa la falta de innovación con el paso de los años llevara a la misma de a poco a la banca rota, y no es porque la empresa sea mala. Yo en un inicio crei que si una empresa brindaba un buen producto por mas que no se actualice su empresa siempre iba a seguir creciendo si usaba las mismas técnicas de siempre. Sin embargo, hoy en día a mis 30 años de experiencia puedo decir que la actualización y la innovación es muy importante no solo en la empresa, también en sus alrededores.

Colombia, Perú, África y muchos otros países cafeteros se han puesto a la vanguardia en procesos actualizados y han logrado conseguir una mayor productividad, lastimosamente esto ha afectado a nuestra producción y comercialización, si existe un mejor precio en el mercado yo ya no tendre a quien exportarle a un precio demasiado elevado, y nuestros agricultores no podrán seguir cultivando el café porque no les puedo pagar a un precio que me favorezca en el mercado.

Lo que sí puedo hacer es innovar y hacerlo junto a ellos, usando técnicas que usan en el exterior y porque no llegar más allá y desarrollar nuevas técnicas de producción, unas que nos permitan llevar el buen café que hace nuestro gran agricultor ecuatoriano llevarlo a lo mas alto de la industria y que nos reconozcan, nuestro café no es malo, nuestras tierras son fértiles y tenemos un clima maravilloso para la producción, únicamente nos falta abrir un poquito los ojos y ver más allá de lo rutinario para poder crecer juntos como empresa, porque esto es una cadena y si ellos generan un buen producto yo produciré un buen producto.

Poco a poco mi empresa ha ido evolucionando y tratando de estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías, pero como he dicho, si el agricultor no está en onda con las nuevas tendencias es muy difícil que podamos seguir avanzando.

4.2 INNOVACIÓN

La innovación consiste en utilizar medidas de nuevos conocimientos para crear un nuevo camino y contribuir a nuevos cambios los cuales nos tracen una meta, cada proceso de innovación es muy específico tanto que servirá como herramienta para abordar con problemas que aún no se hallan descubiertos y que no logren al cumplimiento de la satisfacción de las necesidades, es por ello que la innovación se asocia al progreso de la sociedad y de la empresa BELCET S .A, siendo así de vital importancia para el crecimiento de la empresa.

La empresa BELCET S. A es una empresa que aportó a su sistema operativo la obtención de nuevas tecnologías, maquinas modernas para elaboración del café ya procesado, las cuales son muy importante para tomar el liderazgo en el potencial del café manabita de tal forma que cumplan con las normas de sanidades nacional e internacional en su unidad laboral.

Milles y Morris (1999, p.2 y 3) dicen que la innovación es el “proceso de transformación e invención en algo que es comercialmente útil y valioso”. El objetivo no es la innovación por la innovación sino lograr la efectividad consistente de las organizaciones hacia sus diferentes grupos de interés, la aceleración del cambio y la administración de la innovación continua y discontinua como medio para lograr la competitividad.

Quizás una de las definiciones más acertada sea la aportada por Schumpeter, para quien "la innovación consiste no sólo en nuevos productos y procesos, sino también en nuevas formas de organización, nuevos mercados y nuevas fuentes de materias primas" (Berry y Taggart, 1994). Del mismo modo, Rothwell (1992) define la innovación como "un proceso que incluye la técnica, el diseño, la fabricación y las actividades comerciales y de gestión implicadas en la venta de un nuevo producto o el uso de un nuevo proceso de fabricación o equipamiento".

En este caso el autor hace referencia a que innovar es conseguir un fin a través de los conocimientos necesarios.

4.2.1 CALIDAD DEL PROCESO Y PRODUCTO

Cuando hablamos de calidad del proceso y el producto, nos estamos orientando a los clientes ya que ellos son los protagonistas de dicha calidad, es decir que se le ofertara un conjunto de productos y servicios con un gran nivel de aptitudes para satisfacer las necesidades y expectativas que el cliente desea obtener un proceso y producto con eficiencia y eficacia.

Es decir que la actividad innovadora en la empresa BELCET S.A no se debe menoscabar puesto que la eficiencia es la clave para mejorar nuestra actividad cotidiana lo cual servirá de ayuda para mejorar el sistema de las empresa productora y procesadora de café, la cual requiere de cambios adecuados a las necesidades y mejora de estándares la cual aporte a darle un valor más agregado, tanto al cliente como a la empresa.

Miller y Morris (1999, pp.281y 282) proponen un proceso de innovación que consta de cuatro fases:

- Fase 1. Es la transformación de la idea inicial en la definición conceptual de la familia de aplicaciones, dirigidas por la tecnología, productos, servicios o plataforma de distribución, o la combinación de plataformas.
- Fase 2. La comunidad de mejoras toma responsabilidad del proyecto. El objetivo es la definición de un diseño dominante validado para las nuevas plataformas o nuevas plataformas para diseños dominantes existentes.
- Fase 3. Desarrollo de nuevos productos, servicios, familias de distribución y desarrollo de métodos.

- Fase 4. Desarrollo de las actividades de mercado para una familia de producto, específicamente para los nuevos productos, servicios y procesos.

Según lo mencionado por este autor la empresa productora y comercializadora BELCET S. A se encuentra en la fase 4 debido a que es una empresa, que busca encaminarse a un mercado lleno de nuevas tendencias y nuevas oportunidades renovando y actualizando los procesos de calidad del producto, debido a que el buen café tiene sabor y aroma sin igual.

4.2.2 ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN

La estrategia de innovación es aquella que define la dirección de los proyectos de este tipo. Por más impactantes y disruptivas que parezcan, las ideas no se ponen en marcha ni se gestionan por sí solas. Su proceso de desarrollo es igual o incluso más importante como la idea en sí misma.

En ese sentido, una buena estrategia que potencie el carácter innovador de una idea y, a la vez, que la haga factible y sostenible, debe tener claros los siguientes cinco pasos:

- 1) Constituir un plan a largo plazo
- 2) Estimular la competitividad de la empresa
- 3) Elaborar el plan de forma abierta
- 4) Tener concordancia con el entorno
- 5) Capacidad de evolución con el paso del tiempo

La empresa BELCET S. A cuenta con un proyecto de innovación que la pueda encaminar a un futuro más comercial en los mercados, es una empresa que sigue pendiente de continuos cambios que se producen en la empresa y en el negocio de café, para adaptarse en el momento preciso a las nuevas condiciones.

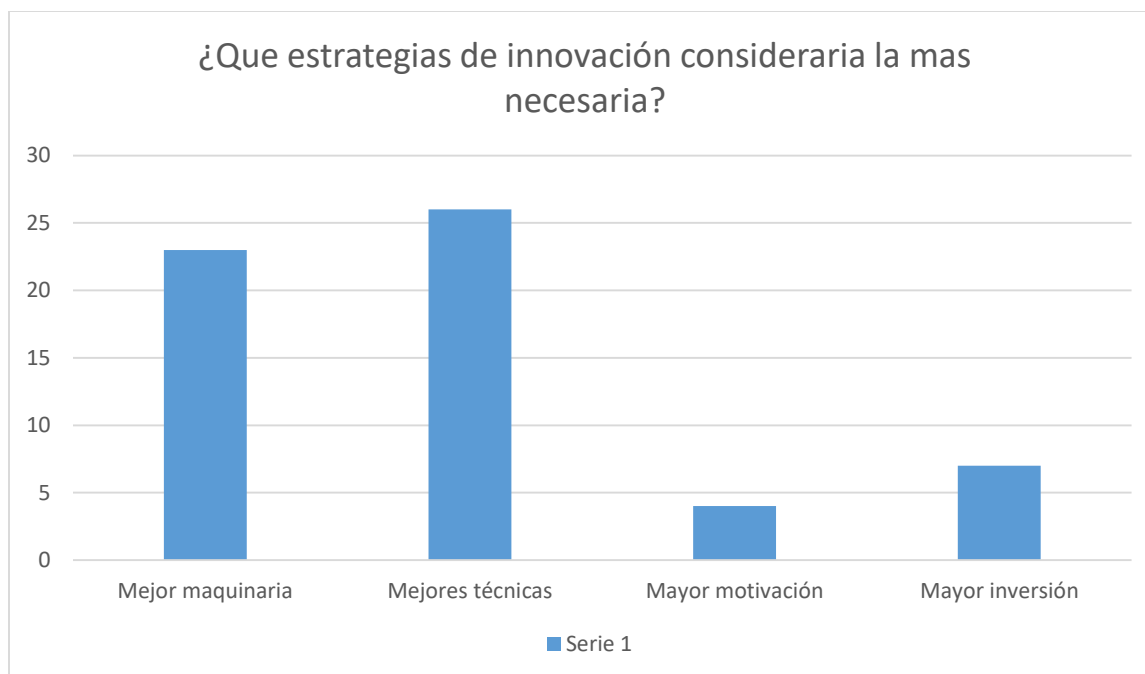


Ilustración 2 Estrategias de innovación

Fuente: Agricultores y comerciantes de la provincia de Manabí

Elaborado por: Autor de trabajo de titulación

4.2.3 TIPOS DE INNOVACIÓN

Según (Drucker, 2008) La innovación es la función específica del emprendimiento, ya sea en una compañía existente, en una institución de servicio público o en una nueva empresa iniciada por un solo individuo en el medio familiar. Es el medio por el cual el empresario crea nuevos recursos generadores de riqueza o incrementa los recursos existentes con un potencial mejorado para producir riqueza.

Es decir, la innovación no implica exclusivamente la generación de nuevos productos y servicios, sino que afecta también a la forma de hacer las cosas. En este sentido, existen diversas definiciones de tipos o clases de innovación. El Manual de Oslo (OCDE, 2005), referencia bibliográfica en materia de innovación, define los siguientes cuatro tipos de innovación:

- Innovación en producto/servicio: Introducción en el mercado de nuevos (o significativamente mejorados) productos o servicios. Incluye alteraciones significativas en las especificaciones técnicas, en los componentes, en los materiales, la incorporación de software o en otras características funcionales.
- Innovación en proceso: Implementación de nuevos (o significativamente mejorados) procesos de fabricación, logística o distribución.
- Innovación organizacional: Implementación de nuevos métodos organizacionales en el negocio (gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, etc.), en la organización del trabajo y/o en las relaciones hacia el exterior.
- Innovación de marketing: Implementación de nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras significativas en el diseño meramente estético de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción.

La empresa BELCET. S. A es una empresa que se encuentra ubicada en sitio el rodeo del cantón Portoviejo cuenta con la tecnología necesaria para cumplir con las exigencias del mercado nacional e internacional , a la fecha cuenta con su propio producto finalizado (café de mata de pasar) para los deseos y satisfacciones de los consumidores, que posee una innovación en marketing en la cual implemento nuevos diseños para la comercialización del café procesado, utilizando tecnología de vanguardia para la aceptación del café orgánico de calidad.

CAPITULO V

Variable Independiente: La producción cafetera

En el contenido a continuación, se analizarán temas relacionados a la variable independiente que es la producción cafetera, la cual se basa en factores como sus características, los requerimientos para su cultivo y las variedades de café que existen, así como de sus plagas y enfermedades que atacan al mismo.

5.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CAFÉ

El café proviene del latín “coffea”, miembro de la familia rubiácea, que posee más de 500 géneros y 6 mil especies de árboles tropicales y arbustos. Las variedades de especies de café de pequeños arbustos y arboles son de 32 pies de alto y las hojas pueden variar en la gama de purpura a amarillo, sin embargo, el verde es su color predominante.

Belcet S.A anualmente produce 2592 toneladas de café verde es decir (57.600 qq de 45.36kg), la adquisición de la materia prima en su mayoría debe de ser cereza roja, punto indicado de madurez del café y que su rendimiento sea el óptimo, que de 4 qq de café cereza produzca 1 qq de café verde.

Tabla 5: Principales proveedores de materia prima

<i>Piladora</i>	<i>Propietario</i>	<i>Café cereza (QQ)</i>	<i>Producción café verde (QQ) mensual</i>	<i>Tipo de café</i>
<i>Piladora Sol de Oriente</i>	Sr. Julio Lama	7.935 qq	1.587 qq	Robusta
<i>Cleofás Peña</i>	Sr. Cleofás Peña	7.935 qq	1.587 qq	Robusta
<i>Piladora Agrícola Renacer S. A</i>	Sr. Sixdulfo Zambrano	7.935 qq	1.587 qq	Robusta

Fuente: Belcet S.A

Elaborado por: Junior Intriago

Este árbol es llamado cafeto, que produce frutos rojos carnosos denominados cereza de café. Estos cafetos son arbustos de las regiones tropicales y subtropicales, de estos existen alrededor de 25 especies, pero la típica bebida de café es la más común realizada con variedades de la familia: arábica y canephora a la que hemos denominado anteriormente como café robusto. (ICO, 2012)

5.2 REQUERIMIENTOS PARA EL CULTIVO DE CAFÉ

Como hemos mencionado el café es un cultivo regularmente de regiones tropicales, por tanto, exige ciertas condiciones que deben considerarse al momento de cultivar el café las mismas que se detallaran.

5.2.1 REQUERIMIENTOS DEL CLIMA

Para los requerimientos del clima del café el manual de cafetaleros de Colombia nos menciona las siguientes características. (ANACAFE, 1998)

Altura: La zona más adecuada para un cultivo de café se encuentra comprendida entre los 900 metros y 1600 metros sobre el nivel del mar

Temperatura: la temperatura promedio que se recomienda para la plantación del café es entre 26 a 17 grados centígrados. En estudios se ha demostrado que las hojas de café fotosintetizan mucho menos cuando están expuestas directamente al sol, además de requerir de un régimen de lluvia apropiado.

Luminosidad: Se debe proveer sombra al café por medio de árboles como la Gravillea, Inga o Cushin, Madrecacao, Cuerno de Vaca y otros, ya que la planta es muy sensible a la luz y reduce su fotosíntesis y por ende su capacidad de producción al estar expuesta directamente al sol se puede ver marcadamente disminuida.

El grano del café ecuatoriano es privilegiado, porque las características de sabor tanto en robusta son muy especiales, las diferencias de clima permiten que exista una amplia variedad (al tener una siembra muy tecnificada, por lo tanto, no posee gran cantidad de químicos al momento de su cosecha), las principales provincias en donde se da este producto (café robusta) son sucumbíos y santo domingo, por lo tanto la tase en el café robusta son muy apreciadas.

Humedad relativa: es recomendable que la plantación se localice en regiones con una humedad relativa moderada, reduciendo así la inoculación de enfermedades fungosas. Humedad entre el 65 y 90% dado que si es mayor habrá más enfermedades producidas por hongos.

Precipitación: la precipitación es ideal para el cultivo del café entre mil a tres mil mm al año, si se excede mucho más a este rango se puede llegar a reducir drásticamente la productividad. Si el rango es menor limita el crecimiento del cafeto.

Viento: por lo general el viento llega a desecar a las plantas de café, es recomendable que se utilice barreras rompevientos para evitar el daño al cultivo, que puede darse en las hojas y en las ramas. El viento puede oscilar entre 20 y 30 km/h, dado que si es mayor produce daño mecánico y fisiológico, caída de hojas, flores y frutos

5.2.2 REQUERIMIENTO DEL SUELO

En el caso de los requerimientos del suelo para el cultivo del café es necesario que las condiciones sean lo más similar posible a las siguientes (PROYECTO CAFÉ, 2005)

Fertilidad: los suelos para el cultivo del café deben ser de fertilidad media a alta, pero más importante aún es el equilibrio entre los elementos de magnesio/potasio, calcio/magnesio y calcio/potasio. También son importantes la textura del suelo y los tipos de minerales presentes, ya que influye directamente en la capacidad de fijación de fosforo.

Materia orgánica: los cafetales que se logran cultivar bajo sombra presentan cantidades de materia orgánica comparable con la de un bosque caducifolio. Estas cantidades favorecen el reciclaje de los nutrimentos, crecimiento de raíces y reducción de nematodos en el suelo.

PH: Los suelos preferidos para establecer las plantaciones de café son suelos que son ligeramente ácidos, con pH entre 5 y 6. Con suelos que poseen pH inferiores a 5 se puede cultivar adecuadamente el café, siempre y cuando la estructura del suelo sea buena. Se suele aplicar bases a los suelos ácidos, principalmente utilizando o mezclando con calcio.

El sector agricultor depende especialmente de las lluvias, esto significa que la producción en el país esta principalmente ligada a estas épocas para tener una buena cosecha del producto, durante 6 meses, en donde el grano comienza a ser cosechado por los agricultores, en el caso de Manabí la cosecha es entre los meses de julio y octubre, es la época donde se acopia el café y se prepara para el secado y la industrialización del mismo.

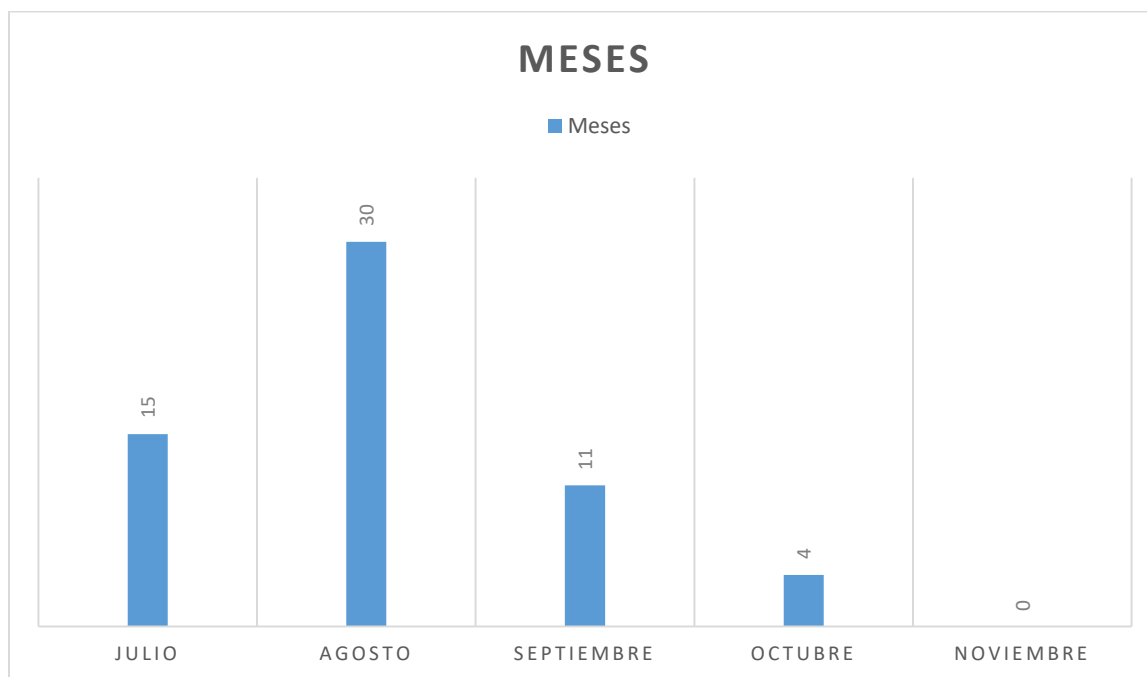


Ilustración 3: Meses más productivos del café

Fuente: Agricultores y comerciantes de la provincia de Manabí

Elaborado por: Autor de trabajo de titulación

5.3 VARIEDADES DE CAFÉ

Para puntualizar nuevamente en este apartado nos referiremos a dos variedades principales de café que son café arábigo y café robusto.

Arábica: Es la variedad más antigua y la más dispersa a nivel mundial. Se origina en Etiopía. Representa el 70% del café comercializado en el mundo (FAO, 2012), se cultiva mejor en lugares con pendientes con una altura entre los 1600 y 2800 msnm. El café arábigo es una variedad pequeña que requiere de 1900 mm de lluvia anualmente, de preferencia con una temporada seca y con una temperatura que oscila entre los 18 y 22 grados centígrados, sin grandes fluctuaciones. El café producido de esta variedad tiene un sabor suave que gusta, sobre todo, a los europeos del Norte. El precio del café arábigo es más alto que el precio del café robusta y las plantas requieren de mucho cuidado al ser sensibles a las enfermedades. El rendimiento es más bajo que el rendimiento de café robusta. Existen variedades que se derivan de esta y son: Typica, Bourbon, pero se han desarrollado algunas otras similares: Caturra, Mundo Novo, Tico, San Ramon y Jamaica Blue Mountain. La planta de arábica madura de tres a cuatro años para obtener su primera cosecha y continúa produciendo de 20 a 30 años (FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA, 2010).

Actualmente se produce en países como Brasil, Camerún, Colombia, Costa Rica, Panamá, Cuba, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Haití, Jamaica, Java, Kenia, México, Perú, Bolivia, Puerto Rico, República Dominicana, El Salvador, Tanzania, Honduras y Venezuela. (Jaramillo, 1998)

Robusta: Este tipo se cultiva principalmente en África. Hay 5 variedades, pero solo una de ellas es la más importante: café robusto. Esta planta es muy resistente a los cambios de temperatura y a las enfermedades. Los resultados son mejores en un clima tropical, bajo los 1600 m, con una precipitación entre 1000 y 1800 mm y una temperatura entre 22 y 27 grados centígrados. La planta necesita menos cuidado que el café de tipo arábigo y el rendimiento es más alto, sin embargo, la calidad es peor: el sabor es amargo y hay dos veces más cafeína que en el arábigo. Por eso, el robusta es más barato y es muy utilizado en la fabricación de café soluble o instantáneo. Representa

el 30% del café comercializado en el mundo. La planta de robusta tiene un sistema poco profundo de raíz, toma un año para madurar sus frutos (FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA, 2010)

Belcet S.A lleva 20 años comercializando café a nivel nacional e internacional, con el propósito de generar fuentes de trabajo e ingresos para la organización. Actualmente comercializa café tipo robusta y arábigo a las principales ciudades del Ecuador como son Quito, Manta y Guayaquil, fuera del país

5.4 PLAGAS Y ENFERMEDADES DEL CAFÉ

Según las plagas y enfermedades que generalmente afectan al cafeto se enlistan a continuación (FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA)

5.4.1 PLAGAS

- Broca del fruto (*Hypothenemus hampei*)
- Taladrador de la ramilla (*Xylosandrus morigerus*)
- Minador de las hojas (*Perileucoptera coffeella*)
- Nematodos (*Meloidogyne* spp.)
- Cochinillas de las raíces (*Planococcus* sp.)
- Escamas de los brotes (*Coccus viridis*)

5.4.2 ENFERMEDADES

- Roya anaranjada (*Hemileia vastratrix*)

- Mal de hilachas (*Corticium koleroga*)
- Ojo de gallo (*Mycena citricolor*)
- Mancha de hierro (*Cercospora coffeicola*)
- Mal de machete (*Ceratocystis fimbriata*)
- Viruela del cafeto (*Colletotrichum gloeosporioides*).

5.5 CONCLUSIONES:

- Luego de la investigación se concluye principalmente que en Ecuador se produce un café de gran calidad en las diferentes provincias del Ecuador debido a la cantidad mínima de químicos utilizados para el proceso de producción y cultivo del mismo el cual se ve mermado por la falta de actualización de los procesos en los cultivos por parte del agricultor como consecuencia la producción en este caso específicamente en la zona de Manabí se ha visto mermada al no contar con competitividad de precios en el mercado.
- Belcet S. A es una empresa que apunta hace algunos años atrás hacia la innovación en la producción cafetera y hasta la fecha sigue buscando colocarse en la cima estando a la vanguardia de las nuevas tecnologías del mercado, entre ellas se ha identificado que el uso de tecnologías es de gran ayuda logrando a conseguir un aumento en la producción y una reducción de los tiempos de producción.
- La empresa Belcet S. A busca que sus proveedores estén actualizados y sobre todo animados a el cultivo del café, el cual se vio disminuido por la baja productividad demostrada, pero que puede llegar a mejorar si es que se trabaja en conjunto y se implementan estrategias

para mejorar la producción y elevar el café en la provincia de Manabí al punto de volver a ser potencias en exportación como se fue hace un tiempo atrás.

CAPITULO VI: Propuesta

6.1 PROPUESTA

Estrategias de innovación de producto de café diferenciado en Belcet S. A para incrementar sus ingresos o incrementar su rentabilidad financiera.

6.2 INTRODUCCIÓN:

El nuevo mundo comercial, exige cambios constantes que obligan a modificar y desarrollar nuevas condiciones de negociación y cambios que presentan los mercados, aportando de esta manera al desarrollo económico, social y tecnológico

En respuesta a lo ya mencionado propongo innovar en el mercado cafetero, se presente el proyecto de producir un café diferenciado con una alta y reconocida calidad, que cumpla con los más altos estándares de calidad nacional e internacional, y nos permita así recuperar parte del mercado perdido en las últimas dos décadas y volver a retomar las relaciones comerciales cafeteras, tomando como referencia una reconocida empresa manabita como lo es Belcet S. A.

Para llegar obtener esta calidad de café diferenciado se requiere cumplir con los lineamientos y condiciones de un proceso exigente, esta propuesta no solo busca fomentar el desarrollo de emprendimiento y la innovación de la empresa Belcet S. A, sino brindar una fuente de inspiración para empresas cercanas que se dedican a esta actividad.

6.3 OBJETIVOS:

6.3.1 OBJETIVO GENERAL:

Incrementar el nivel de ingresos a través de la innovación de producto y diversificar la producción.

6.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar aspectos teóricos de una estrategia de innovación para la empresa Belcet S. A
- Definir la estrategia de innovación para la empresa Belcet S. A
- Demostrar viabilidad financiera de implementación de estrategias de innovación de producto para rentabilidad en la empresa Belcet S. A.

6.4 JUSTIFICACIÓN:

La dinámica del comercio del café ha ido evolucionando constantemente, sufriendo cambios que han afectado a todos los niveles dentro del cultivo y procesamiento de este producto. Dichos cambios lo sufren Ecuador en general, sobre todo las provincias que se dedican mucho más al cultivo de café.

De acuerdo a la investigación realizada, entre los factores se presentan para que los comerciantes no desarrollen como antes su actividad es la falta de innovación en sus procesos, lo que termina llevando a una baja producción y costos altos de la misma llevando finalmente a desertar en esta área y buscando nuevas fuentes de trabajo.

Tomando como base lo antes mencionado, se presenta la propuesta de crear un sistema de café diferenciado, mismo que se caracteriza por seleccionar de manera muy minuciosa el tipo de café eligiendo los mejores granos separándolos de los demás para su posterior procesamiento y exportación.

De esta manera se busca que la comercialización vuelva a crecer en el sector, creando nuevas oportunidades de negocio en el mercado nacional e internacional y pensando siempre en seguir innovando en sus procesos para seguir teniendo ese factor diferenciador con respecto a la competencia.

6.5 DESARROLLO

Finalmente identificado el problema actual de la empresa Belcet S. A con respecto a la exportación de café, se comenzará el proyecto de implementación del sistema de café diferenciado con el objetivo de entrar con mayor fuerza al mercado internacional con un producto de alta calidad y con precios competitivos.

El fin de la propuesta es poder mejorar en sí, las condiciones de vida de los caficultores de la zona a la cual está asociada, es decir, cultivar el café adecuadamente, para luego, de manera tecnificada realizar una preparación homogénea en todo el proceso del mismo, desde que se extrae de la mata hasta obtener el producto final, con el objetivo de emprender una comercialización internacional.

La propuesta para el estudio de innovación del café para la empresa belcet S. A obtendrá como resultado:

- Dar a conocer el café Manabita como un café especial diferenciado de la zona de Manabí, es decir, un café bien preparado, con un sistema homogéneo.
- Poder replicarlo en varias zonas de Manabí y diferentes clientes internacionales para que así el café tenga una réplica a mediano y largo plazo.
- Poder desarrollar la industria cafetalera Manabita y fortalecer la de cadena de valor cafetalera de la provincia.

6.5.1 Descripción de la empresa

Belcet S. A es una empresa dedicada a la comercialización y procesamiento del café satisfaciendo las necesidades nacionales e internacionales. La empresa busca entrar nuevamente al mercado internacional produciendo y comercializando café selectado ya que actualmente el mercado está copado en su mayoría por otros países que son potencia en esta área.

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.

Visión

Ser una empresa competitiva e innovadora en el abastecimiento de café verde y el desarrollo de otras oportunidades incrementando nuestra participación en el mercado internacional.

Objetivo

Aplicar parámetros óptimos de calidad en el procesamiento del café en grano verde para la comercialización del producto terminado.

La siguiente ilustración nos muestra la actual empresa denominada Belcet S.A, ubicada en la vía a Portoviejo – Manabí, en el cual describe las instalaciones en función de sus dimensiones en metros cuadrados.



Ilustración 4 Empresa Belcet S. A

Fuente: Belcet s. a (2020)

Nombre Detalle
Área total del terreno 6350.4 m ²
Oficina y laboratorio 25 m ²
Secadora de granos 55 m ²
Galpón de piladora 538.32 m ²
Galpón bodega 173.04 m ²
Galpón tolvas 76.59 m ²
Galpón de tolva y silo 46.36 m ²
Bodega de herramientas 11.4 m ²
Baterías de baños 35.4 m ²

Cuarto de compresor 16.62 m2
Estructura de bascula 96.8 m2
Puente de ingreso 81 m2
Rampa de entrada 47.45 m2
Tendales de hormigón 5329 m2

Fuente: Belcet S.A (2020)

Elaborado por: Autor de trabajo de titulación

6.5.2 Análisis de la demanda

La demanda a nivel nacional como a nivel internacional promueve la exportación a países como Estados Unidos, Perú y Colombia por la cultura de consumo que poseen las mismas, ya que esta demanda no es cubierta a totalidad por productores potencia como la misma Colombia. Es decir, que la demanda del proyecto estaría focalizada para los mercados internacionales, que además de comprar un café de calidad, apoyen a los caficultores.

6.5.3 Análisis de la oferta

La empresa Belcet S. A busca ser una exportadora potencial brindando un café en su estado a punto de maduración y escogiendo los mejores granos de café, con una producción de aproximadamente 2500 toneladas al año cantidad capaz de sustentar las necesidades del mercado junto a la competencia cumpliendo con los estándares de calidad. En este caso la oferta seria para los ONG (organizaciones internacionales sin fines de lucro) que puedan financiar el proyecto para

cada asociación de caficultores, también para los misterios del gobierno que puedan financiar el proyecto.

6.5.4 Selección del café

El método para la selección del café consiste en secar la cereza después de haberla recolectado, sin remover la piel o cascara, en primero lugar se clasifican y limpian las cerezas recolectadas, para separar las que no estén maduras o estén dañadas o afectadas por algún insecto.

Para el inicio del proceso del café diferenciado se busca que sea un café tipo cereza o también llamado café maduro, la idea es que el proceso sea cien por ciento café maduro para garantizar la calidad del producto final.

6.5.5 Lavado del café

Dentro de la selección del café maduro también sirve la técnica del lavado en donde mediante canales de lavado se colocan las cerezas seleccionadas en el proceso anterior y en este proceso de lavado las cerezas defectuosas o aun verdes flotan por su baja densidad mientras que las maduras se van al fondo del canal por el mismo efecto de la densidad de las mismas.

6.5.6 Reposo o fermentación

Normalmente estas cerezas pasadas el proceso de lavado se tienden en un patio para su secado y constante movimiento donde su proceso duraría aproximadamente 20 días. En este caso estas cerezas pasan a un estado de reposo o también denominado de fermentación durante tres días antes de ir a la siguiente etapa, esta técnica permite una mejor calidad de la cereza.

6.5.7 Secado especial en cama elevada

La etapa de secado es de mucha importancia debido a que afecta la calidad final del café verde, y naturalmente el sabor, si la cereza se seca demasiado, el café se volverá quebradizo y puede dañarse en la trilla por tanto un grano de estas características es considerado un grano defectuoso. Por otro lado, si no se seca lo suficiente, tendrá demasiada humedad y será mucho más susceptible a hongos y bacterias.

En este caso el secado especial será a una altura que oscila entre los 4.50 metros a 6.00 metros de altura, aprovechando al máximo los rayos solares durante el día y permitiendo que exista una mejor ventilación. Obteniendo como resultado final un secado uniforme y una mejor consistencia del café y por lo tanto una mejor calidad.



Ilustración 5 Camas de secado de Belcet S. A

Fuente: Belcet s. a

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES

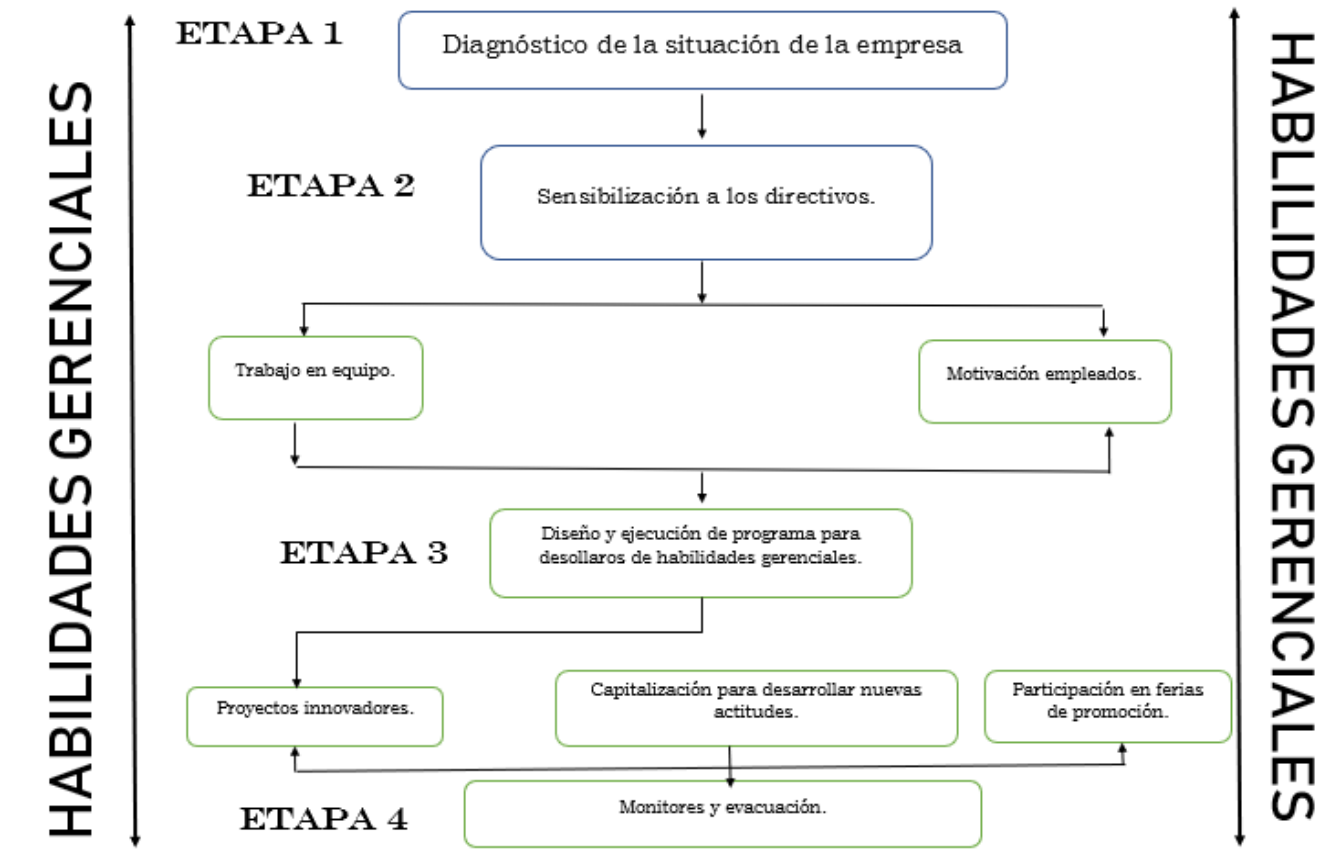


Ilustración 6 Esquema Gráfico de la propuesta

Autor: Junior Intriago
Fuente: Belcet S. A

PRIMERRA ETAPA

Diagnóstico de la situación de la empresa

Fundamentación científica

La fundamentación teórica permite estudiar el entorno de cualquier contexto en la empresa, recopilar información, detectar sus fortalezas y debilidades a fin de poder ofrecer posibilidades de mejor en cualquier fase. Además, permite enfocar los parámetros necesarios para realizar actividades dentro de cualquier situación. (Varela, 2008).

Belcet S. A es una empresa dedicada exclusivamente dedicada a la caficultura, actualmente es una empresa Belcet S.A. es una empresa en Ecuador, con sede principal en Portoviejo. Opera en Comerciantes al por Mayor de Otros Comestibles y Productos Relacionados industria. La empresa fue fundada en 10 de marzo de 2000. Actualmente emplea a 13 personas (2020). En sus últimos aspectos financieros destacados, Belcet S.A. reportó aumenta de ingresos netos de 2,92% en 2019. Su Activo Total registró crecimiento negativo de 6,87%. El margen neto de Belcet S.A. aumentó 4,15% en 2019. La empresa Belcet S. A, es el resultado de ideas que surgen de la necesidad del ser humano por subsistir. Es decir, cuando las personas emprendedoras entremezclan granos y generan como alimento el café, ya que con el tiempo el café formaría parte de la alimentación nutricional diaria de la humanidad.

Objetivo

Identificar el diagnostico actual de la empresa y su incidencia en las ventas.

Actividades

- Realizar un análisis FODA
- Identificación de los niveles de compra y venta actual de la empresa
- Revisión de la situación actual de la empresa

SEGUNDA ETAPA

Sensibilización a los directivos

Fundamentación científica

el mundo actual, exige constantes cambio, es decir que las empresas comerciales tales como Belcet se ven directamente comprometidas a enfrentar los nuevos cambios y desafíos que demanda los mercados competitivos entre empresas comerciales cotidianamente de ser mas competitivos, productivos, innovadores y que cumplan con los roles de calidad y sanidad que exige el nuevo mundo comercial.

Según Doderó (2002), gestionar el capital humano en una empresa familiar, significa diseñar el ambiente propicio para permitir que la visión gerencial sea traducida en acciones articuladas, orientadas a potenciar el desempeño de las personas en la organización, por lo tanto se deben orientar todos los esfuerzo necesarios hacia la implementación de estrategias que fomenten capacidades, entusiasmo, compromiso, creatividad, ansias de aprendizaje y progreso, entre otras condiciones, para que las personas estén alineadas con los objetivos de la organización, en un marco de un marco de satisfacción de todos los involucrados.

Objetivo

Identificar las estrategias de sensibilización que permita dar a conocer el trabajo en equipo y la motivación a empleados en la empresa Belcet S. A.

Trabajo en equipo

El trabajo en equipo, es una actividad encaminada atender las necesidades básicas de una sociedad y mejorar las condiciones de vida. Belcet S. A es una empresa comercial estrictamente familiar, que consta de un personal numeroso muy eficiente en sus actividades laborales, para lo cual los conocimientos individuales tienen mayor impacto en desarrollo y progreso de la empresa, ya que un solo talento, no tiene el mismo impacto que el de un equipo sólido i eficiente, es decir que para

la empresa Belcet el trabajo en equipo es el escenario perfecto e ideal para establecer valores de formación personal hacia el grupo de empleados y la empresa en su conjunto organizacional.

La empresa brinda a sus trabajadores dinámicas que se producen dentro de sus integrantes tanto para empleados y proveedores que desarrollan habilidades sociales tales como: la empatía, comunicación, conflictos, entre otros. Estas actividades fortalecen la empresa ante cualquier amenaza o discordia que los desvíen de sus objetivos laborales, ya que un grupo unido son mas fuertes a distintos contextos de crisis laboral.

Motivación a empleados

Según Delgado (1999), define la motivación como el proceso mediante el cual las personas, al ejecutar una actividad específica, resuelven desarrollar unos esfuerzos que conduzcan a la materialización de ciertas metas y objetivos a fin de satisfacer algún tipo de necesidad y/o expectativa, y de cuya mayor o menor satisfacción van en dependencia del esfuerzo que determinen aplicar a futuras acciones.

Para la empresa Belcet la motivación a empleados es la habilidad y capacidad de mantener acogidos a sus empleados para ofrecer el máximo rendimiento y de esta forma lograr cumplir los objetivos y metas empresariales establecidos por la misma. Esta motivación es de suma importancia para aumentar el rendimiento productivo dentro de la empresa y el trabajo en equipo en diferentes aspectos que se realicen dentro del puesto de trabajo de cada quien.

Actividades

- Realizar competiciones deportivas
- Generar expectativas a futuro, para que los empleados sepan que se cuentan con ellos para futuras negociaciones.

- Poner énfasis en la importancia del equipo de trabajo, de tal manera que el equipo comprenda que una victoria es una victoria y que un tropiezo no tiene un solo responsable.

TERCERA ETAPA

Diseño y ejecución de programas para desarrollar habilidades gerenciales

Las habilidades gerenciales están constituidas por una amalgama de elementos provenientes de las grandes escuelas del pensamiento administrativo, que están subyacentes a las investigaciones realizadas y que no están definidas con claridad. Cabe destacar, que “administrar significa planificar, organizar, prever, coordinar, controlar y evaluar que las tareas se lleven a cabo mediante un proceso que requiere información veraz, útil y oportuna” (Sánchez, 2016, p. 211).

Es decir, que ningún grado de eficiencia puede compensar la falta de eficacia, de tal manera que, un gerente ineficaz no puede alcanzar las metas de la organización, lo cual para la empresa Belcet la eficacia es la clave del éxito de su organización. Para el dueño de la empresa el ser gerente no sólo es dirigir actividades, sino que debe ser un buen líder, para saber el proceso de cómo penetrar en esas actividades que realizan los miembros del grupo con el cual se trabaja.

Objetivo

identificar habilidades de liderazgo gerenciales, de acuerdo a las normas de calidad en la empresa Belcet S. A

proyectos innovadores

sabemos que un proyecto innovador es un plan de estrategias, las cuales surgen y nacen a través de las ideas de nuevas creaciones de un producto, que se rigen a un camino de desarrollo moderno, las cuales deben ir a la par de las nuevas herramientas tecnológicas, los diferentes modelos de

negociación y principalmente mantener un estado amigable con el medio ambiente. Para la empresa Belcet se pretende innovar en un café selectivo es decir un café diferenciado del tradicional con un tratamiento más sutil y delicado que lo haga mas reconocido a nivel de sus mercados.

Capitalización para realizar nuevas actividades

La capitalización para realizar nuevas actividades es muy importante al momento de querer emprender un nuevo proyecto, ya que, en los proyectos de capital, se reflejan los gastos del proyecto de manera total o muchas veces se reflejan parcialmente, para lo cual la empresa Belcet requiere de un financiamiento bancario para la realización de la construcción de una nueva instalación, de tal manera que se puedan asignar los costos de maquinarias y equipamiento.

Participación en ferias de promoción

La participación en ferias comerciales es una actividad muy realizada, especialmente en el sector de la provincia de Manabí, debido a que es un sector exclusivamente dedicado a la productividad de productos agrícolas para la alimentación de las personas. Las ferias son actividades en las cuales participan personas, empresas o instituciones con el interés de cubrir una necesidad o encontrar alguna falencia que el cliente requiera y encontrar una solución para sus clientes actuales, potenciales y proveedores. Cabe recalcar que la empres cafetalera Belcet no solo tiene participación en ferias comerciales de promoción, sino que también interactúa en ferias ecológicas ya que es una empresa productora de café ecuatoriano. Es muy importante destacar que las ferias se deben realizar en actividades a las cuales se realizan las actividades a las que se dedican, la empresa en las ferias tiene muy en cuenta lo siguiente:

- Define lo que mas le conviene al producto

- La presentación y a quien se les venderá el producto
- La meta con la presentación de la empresa, es decir hacer presencia para fidelizar al cliente
- Presentar un café innovado
- Atraer nuevos clientes
- Brindar un diseño y contenido muy interesante, que motive a visitar la ferias.

Actividades

- Financiamiento de los recursos a utilizar en el proyecto.
- Analizar el comportamiento de los clientes
- Realizar talleres dinámicos que motiven a los usuarios a querer adquirir el producto.

CUARTA ETAPA

Monitoreo y evaluación

Fundamentación científica

El monitoreo es el proceso sistemático de recolectar, analizar y utilizar información para hacer seguimiento al progreso de un programa, la consecución de sus objetivos, y para guiar las decisiones de la empresa, es decir contar con la mayor cantidad de información recopilada que aporten a la toma de decisiones sujeta a la realidad y la actividad en la cual se desempeñe. Cabe recalcar que, en el proceso de la planificación, es muy importante tener en cuenta que se pueden producir sucesos no previstos a la formulación de un proyecto.

La planificación permite tomar decisiones partiendo de un proceso y análisis de la información del entorno, con el propósito de evaluar la situación y decidir el direccionamiento de la empresa que contribuya para alcanzar determinados objetivos competitivamente.

Beneficios para la empresa Belcet S. A:

- Detecta fallas en el diseño del proyecto
- Permite identificar si el proyecto está encaminado a sus objetivos
- Estima posibilidades de alcanzar objetivos del proyecto o de la empresa
- Identifica falencia que requieran de la inmediata atención
- Propone soluciones

Es decir que el monitoreo se realiza una vez comenzado el proyecto o programa que se realice.

La evaluación es una apreciación sistemática de una actividad, proyecto, programa, política, tema, sector, área operativa o desempeño institucional. La evaluación se aplica una vez finalizado y ejecutado el proyecto, cuando se concreta que ya esta culminado totalmente el proceso. Es decir que se trata de estudiar, evaluar y analizar los resultados obtenidos.

En conclusión, es de suma importancia realizar en fechas especificas una evaluación y control de manera permanente, para que la empresa comercializadora de café procesado no este expuesta a los peligros eminentes.

Objetivos

Establecer procedimientos para el seguimiento de monitoreo y evaluación en la empresa Belcet S.

A

Actividades

- Recopilar información de primera mano disponible
- Seguimiento y control de la ejecución del proyecto
- Medir el desempeño de la organización

➤ *Tabla 6 Estado de Flujo de Caja*

<i>Ingresos Operacionales</i>	2020	2021	2022
<i>Ventas</i>	3511675,00	3778680,64	4065987,71
<i>Cantidad</i>	66069,56	70760,50	75784,50
<i>Precio</i>	53,15	53,40	53,65
<i>(-) Costo de Productos Vendidos</i>	2669077,92	2682117,55	2695233,01
<i>(=) Utilidad Bruta en Ventas</i>	842597,08	1096563,10	1370754,70
<i>(-) Gastos Operacionales</i>	130796,42	131834,24	132889,38
<i>Gastos Administrativos</i>	19235,09257	19748,57468	20276,90862
<i>Gastos de Ventas</i>	1211,306508	1216,999649	1222,7195457
<i>Gastos de Comercio Exterior</i>	110350,02	110868,67	111389,75
<i>Utilidad Operacional</i>	711800,66	964728,85	1237865,32
<i>(=) Utilidad Neta antes de Impuestos</i>	711800,66	964728,85	1237865,32
<i>(-) 15% Participación Trabajadores</i>	106770,0988	144709,3281	185679,7984
<i>Utilidad Antes de Impuesto Renta</i>	605030,56	820019,53	1052185,52
<i>25% Impuesto a la Renta</i>	151257,6399	205004,8815	263046,3811
<i>(=) Utilidad NETA</i>	45377,92	615014,64	789139,14

Fuente: Belcet S.A
 Autor: Junior Intriago Ormaza

Tabla 7 Tasa Interna de Retorno

TIO	14,00%
Año	Flujos de efectivo
2020	(\$ 1.000.000)
2021	789.139
2022	850.465
TIR	39,76%
VPN	\$ 346.632,39

En la ilustración de la proyección del flujo de caja se describe el flujo de ingresos y gastos proyectados de la empresa Belcet S. A con la implementación de la propuesta de estrategia de innovación de café diferenciado, en la cual se proyecta que con la diversificación de la producción existen ingresos \$53.15 a un precio aproximado de \$53.65 por quintal.

Y considerando los costos de producción de \$2669077.92 en el 2020 y \$268217.55 para el 2021, se denota una utilidad en cada año lo cual refleja que la implementación de la propuesta es rentable para la empresa Belcet SA, ya que al implementar se puede incrementar sus ingresos de manera directa y poder sostener su negocio.

6.6 CRONOGRAMA:

Tabla 8: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	TIEMPO EN MESES																
	Propuesta a elaborarse en el año 2020-2022.																
(actividades a realizar relacionadas con la elaboración del anteproyecto de trabajo de titulación)	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				JULIO				
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1 Elaboración proyecto	■	■															
2 Recursos financieros			■	■	■	■											
3 Preparación del sistema de café diferenciado							■	■	■	■	■						
4 Pruebas preliminares y de control de calidad													■	■	■		
5 Puesta en marcha del proyecto																■	■

6.7 PRESUPUESTO

El presupuesto a continuación es un aproximado sobre los gastos económicos a considerar para llevar a cabo el desarrollo de la propuesta mencionada.

Tabla 9: Presupuesto

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	TOTAL
Bombas de agua	3	\$1000	\$ 3000
Mangueras	50 mt	\$200	\$200
Equipos Técnicos	2	\$3500	\$7000
Camas elevadas	\$ 10	\$1000	\$ 10000
Trabajadores	6 x 3 meses	\$500	\$ 9000
Sacas y materiales de apoyo	1000	\$0.52	\$520
Técnico especialista	2 meses	\$800	\$ 1600
Total presupuesto			\$ 31.320

6.8. CONCLUSIONES

- Como principal conclusión se obtiene que, a la vista del estudio realizado en la empresa Belcet S. A con respecto a la viabilidad económica financiera que se ha desarrollado en este trabajo, el proyecto de propuesta para el estudio de innovación de un café diferenciado tal como se ha planeado es indudablemente rentable.
- La evaluación de este proyecto de inversión y de innovación, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de manera que resuelva las necesidades humanas en forma eficiente, segura y óptima, asignando los recursos económicos con los que se cuentan.
- Gracias a esta propuesta innovadora, se obtendrá como resultado la aceptación y reconocimiento del nuevo café diferenciado en los mercados nacionales e internacionales, consolidando así, el nuevo café diferenciado de manera amigable en los consumidores, obteniendo así, como resultado la satisfacción de la empresa Belcet S. A de estar siempre a la vanguardia en las necesidades de sus clientes.